

DAFTAR PUSTAKA

- Andriawan, F. (2018). Digital Payment di Indonesia, Menyusahkan Atau Memudahkan Pebisnis. Retrieved Desember 18, 2019, from <http://www.paper.id/blog/finansial-umkm/digital-payment-di-indonesia/>
- Ashari, N. F. (2019). Pengaruh Kegunaan dan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah dengan Moderasi Religiusitas Pada Mobile Banking Bank BCA Syariah di Surabaya. Retrieved Desember 18, 2019, from Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas website: <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/4628>
- Azziz, C. (2018). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online Bukalapak (Studi Kasus di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat). Retrieved Desember 18, 2019, from perpustakaan Universitas Esa Unggul website : <https://digilib.esaunggul.ac.id/pengaruh-persepsi-risiko-kepercayaan-kualitas-informasi-terhadap-keputusan-pembelian-pada-situs-jual-beli-online-bukalapak-studi-kasus-di-wilayah-kebon-jeruk-jakarta-barat-11041.html>
- Bugaresta, I. (2018). Pengaruh user experience terhadap kepuasan merek (studi komparasi antara mobile application elevenia dan shopee). Retrieved Desember 08, 2019, from Universitas Katolik Parahyangan website: <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7188/Cover-Bab1-1214114sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chan, A., Maharani, M., & Tresna, P. W. (2017). Comparison of user experience on Go-Jek and Grab Mobile Apps (Study on PT. Gojek and PT Grab Indonesia Consumer in DKI Jakarta). *Jurnal AdBispreneur*, 2 (2), 163-173.
- Devita, Vivin Dian. (2019). Siapa Aplikasi E-Wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia. Retrieved Desember 08, 2019, from [iPrice.Co.Id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-Indonesia/](http://iPrice.Co.Id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-Indonesia/)
- Gulo, W. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Harish, I., N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah & Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok. Retrieved Desember 08, 2019, from Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah website: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35396/2/IRFAN%20NURAHMADI%20HARISH-FEB.pdf>

- Jatmiko, B., Priyono (ED). (2019). Pengguna OVO Tak Bisa Top Up lagi di Alfamart Per 13 November 2019. Retrieved Desember 19, 2019, from Kompas website : <https://money.kompas.com/read/2019/11/10/205421126/pengguna-ovo-tak-bisa-lagi-top-up-di-alfamart-per-13-november>
- Junaidi. (2010). Download Tabel f dan t Lengkap. Retrieved Maret 02, 2020, <https://junaidichaniago.wordpress.com>.
- Kuncoro, Mudraja Ph. D. (2013). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Munthe, R.D., Brata, K.C., & Fananni. L. (2018). Analisis *User Experience* Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Imu Komputer*, 2 (7), 2679-2668.
- Mustofa, Andre. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan menggunakan Aplikasi Menggunakan Aplikasi Layanan OVO Melalui Kepercayaan Konsumen. Retrieved Desember 18, 2019, from perpustakaan Universitas Esa Unggul website: <https://digilib.esaunggul.ac.id/analisis-pengaruh-persepsi-manfaatdan-persepsi-kemudahan-terhadapkeputusan-menggunakan-aplikasi-layanan-ovo-melalui-kepercayaan-konsumen-13536.html>
- Nazir, Moh. Ph. D. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyanto, D. (2008). Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta: MediaKom.
- Rachmatunissa. (2019). 10 Fakta Persaingan Gopay, Ovo, LinkAja dan Dana CS. Retrieved Desember 18, 2019, from <https://inet.detik.com/business/d-4666061/10-fakta-persaingan-gopay-ovo-linkaja-dan-dana-cs>
- Septiadi, A. (2020). Walau Corona Merebak, Transaksi Uang Elektronik Berbasis Kartu Belum Terganggu. Retrieved Juni 26, 2020, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/walau-corona-merebak-transaksi-uang-elektronik-berbasis-kartu-belum-terganggu?page=1>
- Simamora, V., & Eka, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Tracking Sistem Berbasis Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Resiko Konsumen Pada Produk JNE Cilincing. *Media Manajemen Jasa*, 4 (1), 15-29.
- Soelistya, D., & Heni, A. (2017). Analisis Teknologi Informasi Mobile Banking dan Persepsi Risiko Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank

- Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya). *Accounting and Management Journal*. 1 (2), 89-100.
- Soleh, A. N., Cicik, H. & Djamaluddin. (2018). *The Effect Of Service Quality, Prince And Trust To Customer Satisfaction Users Of Transprotation Service Online Ojek*. *Journal Of Management*, 4 (4), 2502-7689.
- Stefani, L., & Imam, W. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Den BEI Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7 (2), 15-23.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surmawan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Ali, M. M., Gazali, M., Hartono, S., & Farina, T. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riser dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, CAPS (Center for Academic Publishing Service)*, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. Ph.D, & Chandra, G. (2011). *Service Quality & Satisfaction edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Walfajri, M. (2020). *Sepanjang Tahun 2019 OVO Catatan 1 Milliar Transaksi*. Retrieved Juni 26, 2020, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/sepanjang-2019-ovo-catat-1-miliar-transaksi>
- Wiranmini, N., P., E. (2020). *Tren Transaksi Uang Elektronik: Volume Turun Tapi Nilainya Naik*. Retrieved Juni 26, 2020, from <https://finansial.bisnis.com/read/20200617/90/1254101/tren-transaksi-uang-elektronik-volume-turun-tapi-nilainya-naik>
- Wulandari, R. (2012). *Dimensi-Dimesi Persepsi Risiko Keseluruhan Konsumen*. *JRMB*, 7(2), 115-124
2015. *Usability Vs User Experience*. Retrieved Oktober 14, 2019, from [SO cs.binus.ac.id/2015/09/18/usability-us-user-experience/](https://cs.binus.ac.id/2015/09/18/usability-us-user-experience/)
2019. *Pengguna Ovo Sudah Capai 115 Juta*. Retrieved Oktober 14, 2019 from <https://investor.id/archive/pengguna-ovo-sudah-capai-115-juta>

2017. Jamin Keamanan Pengguna. Retrieved Mei 03, 2020, From [Investor.id/archive/ovo-jamin-keamanan-pengguna](https://investor.id/archive/ovo-jamin-keamanan-pengguna)