

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2019). *Linkaja dan Dana tebar Diskon untuk Tingkatkan Kepercayaan Konsumen*.
- August. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang.
- Blackweel, Roger, & Roger. (2012). *No Title* (C. Behavior (ed.)). Cengage Learning Asia.
- Candraditya, H. (2013). Analisis penggunaan uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 2, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Chin, & Thodd. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equaiton Modeling in MIS Research. *Management Information System Quarterly*, Vol 9 no 5.
- Davis. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology* (MIS Quarte).
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Edisi ke.4*.
- Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 1–10. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/1265>
- Harrison McKnight, D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: A trust building model. *Journal of Strategic Information Systems*. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00020-3](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00020-3)
- Hendra, & Amin, A. M. (2019). Kurs : Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan dan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), ISSN 2527-8223.
- Indonesia, B. (2020). BI Sempurnakan Ketentuan Perlindungan Konsumen. *BI Sempurnakan Ketentuan Perlindungan Konsumen*.
- Indonesia, G. B. (2009). *Peraturan Bank Indonesia*. https://www.bi.go.id/Elicensing/Helps/PBI_111209-Emoney.Pdf.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (J. I. E. ke 13. Jakarta (ed.)). Erlangga.
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Lidwina, A. (2021). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Naik 30% pada Awal 2021*.
- Maulidiyah, & Sakinah. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan

- Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan mobile banking Bank Mandiri di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*.
- Mirantika. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Smartphone Nokia Series X di BEC Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56–65. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2278>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1*. Erlangga.
- Putro, S., Samuel, H., & Brahmana, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Ridwan, H., Pusporini, & Samin. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 368.
- Sugiyono. (2016). Skala pengukuran dan instrumen penelitian. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suryoko, S., & Pangestu, S. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)*, 5(4), 519–530. <https://doi.org/10.14710/jab.v5i1.12725>
- Tantra, M. M. (2019). Pengaruh Harga, Nilai Manfaat dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Blakberry di Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 2000 INFORMS, 11(4), 342–365. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/5837/c48dc665b0de393e1de3a9bc1994d5dc3f12.pdf>
- Wibowo, A. (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Universitas Budi Luhur*.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1).

Widyastuti. (2009). Determinations Factors To Influence The Interests Of Individual UseMobile Banking: A Combination Of Technology Acceptance Model Model(TAM) And Theory Of Planned Behavior (TPB). *International Journal of Information Management*, 20(4).

Zaenudin, A. (2018). Selamat Datang Era Pembayaran QR Code ala Go-Jek. Retrieved July 28, 2019, from <https://tirto.id/selamat-datang-era-pembayaran-qr-code-ala-go-jek-cKhh>