

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, M. F., & Madiawati, P. N. (2020). PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY DI KOTA BANDUNG. *E-Proceeding of Management*, 7, 1265.
- Anarjia, K., & Rante, J. Z. (2019). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK SAKUKU PT. BANK CENTRAL ASIA, TBK KCU CIKARANG. *SISTEM INFORMASI*, 1, 1–8.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN PEMASARAN*. DEEPUBLISH.
- Bank Indonesia. (2020). *Uang Elektronik*.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *OVO Application THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS, EASY OF USE AND TRUST ON INTEREST IN USE*. 1–15.
- Fadillah, F. (2018). *Sudah Saatnya Beralih Ke E-Money, Alat Pembayaran Zaman Now*. Kementrian Keuangan Republik Indonesia.
<https://www.kemenkeu.go.id/Publikasi/Artikel-Dan-Opini/Sudah-Saatnya-Beralih-Ke-E-Money-Alat-Pembayaran-Zaman-Now/>.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. DEEPUBLISH.
- Firmansyah, M. A., & Budi W. Mahardhika. (2018). *PENGANTAR MANAJEMEN* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Revisi). Andi Offset.

- Haryanto, R. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH (Teori dan Praktik)* (A. Wafi (ed.)). Duta Media Publishing.
- Imam Ghazali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). *PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY*. 8(021), 27–39.
- Juliandi, A., & Andriani, D. (2019). *STUDI PERILAKU KONSUMEN PERBANKAN SYARIAH* (Irfan & Muhyarsyah (eds.); Pertama). LEMBAGA PENELITIAN DAN PENULISAN ILMIAH AQLI.
- Jurnal, J., & Mea, I. (2021). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 5(1), 447–463.
- Karnadi, Z., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2018). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT , PERSEPSI KEMUDAHAN ,SIKAP, KONTROL PRILAKU , DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK PADA BANK BUMN DI KOTA PEKANBARU. *JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS*, X.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). ANALISIS PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN KEBERMANFAATAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA PT BANK BNI SYARIAH KCP MAGELANG. *Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8, 9.
- M. Kuncoro. (2013). *Metode Kuantitatif*. UPP STIM YKPN.
- Nurdin, Hendrayani, E., Satriadi, Triyasa, A., Sari, W. M., Nasfi, & Arniwita. (2021). *PENGANTAR MANAJEMEN Teori dan Aplikasi* (M. Suardi (ed.)). Insan Cendekia Mandiri.

- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27.
- Ramadhan, A. F. (2016). *persepsi mahasiswa dalam menggunakan e-money*. 13.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* (A. Rikki (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sungadji, S. S. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Hartini (ed.)). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Setiadi, N. J. (2019). *PERILAKU KONSUMEN Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen* (Ketiga). Prenada Media Group.
- Setyo Tri Wahyudi. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori, dan Penerapan*. UB Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Alfabeta.
- Wijayanto, D. (2012). *PENGANTAR MANAJEMEN*. PT Gramedia Pustaka Utama.