

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., dan Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Eds. 1).Yogyakarta :Graha ilmu.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggu
- Anggraeni, P., dan Madiawati, P, N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Secara Online Pada Situs WWW.TRAVELOKA.COM. *E-Proceeding of Management* :, 3(2), 1880–1887.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of na i-Saku Di Indomaret. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478. <https://doi.org/ISSN 2337 - 6078>
- Anonymous. (n.d.). *Uang Elektronik*. Bank Indonesia. Retrieved March 1, 2020, from <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020). *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>
- Bank Indonesia. (2020b). *Statistik sistem pembayaran*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Jumlah Uang Elektronik.aspx>
- Cannon, dan McCarthy, Jr., E. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global* (Edisi 16).Jakarta: Salemba Empat.
- Devita, vivin dian. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?.* <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Fajar, B. M., Lutfiyani, dan Mirati, T. (2019). Menelusuri Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ovo Pada Pelanggan Grab Mahasiswa Iain Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Journal of Multidisciplinary Studies Editorial*, 3(1), 110–122.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (4th ed.). Bandung: Universitas

- Dipenogoro.
- Firmansyah dan Dacholfany. (2018). *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam* (Eds.1 pert). Lampung: CV.IQRO.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif dengan PARTIAL LEAST SQUARES (PLS)* (eds. 4). Bandung: Universitas Dipenogoro.
- Haidari, M. B., dan Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra*, 04(01), 10–15.
- Handani, R, P., dan F. (2019). *Prospective Successfull Entrepreneur*. One Peach Media.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CPAS.
- Hong Zhu, D., dan Ying L. Y. P. Chang, L. (2017). Understanding the Intention to Continue Use of a Mobile Payment Provider: An Examination of Alipay Wallet in China. *International Journal of Business and Information*, 12(4), 369–390. <https://doi.org/10.6702/ijbi.2017.12.4.2>
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Eds. 1).Yogyakarta: CV. Andi.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2016). *Marketing Management* (Global Eds).United Stated: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi 13.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing* (Sixteenth). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management* (Eds. 15 Global). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy., dan Sefung, T. (2019). *Jurnal Sains Manajemen Volume 5 No 2 Desember 2019*. 5(2), 137–160.
- Kusuma, H. (2009). *Manajemen produksi, perencanaan dan pengendalian produksi* (Eds.4). Yogyakarta: CV. Andi.

- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan* (Eds. 1). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mediana. (2020). *Hasil Survei, Warga Makin Minat Pakai Uang Elektronik*.
<https://kompas.id/baca/ekonomi/2020/01/07/hasil-survei-warga-makin-minat-pakai-uang-elektronik/>
- Mohamed, H. dan A. H. (2019). *Bolockchain, Fintech, and Islamic Finance*. Walter de Gruyter Inc.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT. Gasindo.
- OVO. (2020). *Join the revolution in payment, point, and priority*. <https://www.ovo.id/>
- Peter, j, p., dan Olson, J, C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (edisi 9). Erlangga.
- Pratama, A, B., dan Suputra, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Romadloniyah, A., dan Prayitno, D. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Rubini, A. (2017). *Fintech In a Flash , Financial Technology Made Easy*. London: Simatac Ltd.
- Sangadji, E, M., dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen* (Hikoemus (eds. 1). Yogyakarta: CV. Andi.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian* (Eds. 1). Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (eds. 17). Bandung: ALFABETA BANDUNG.
- Sumarwan, U. (2013). *Perilaku Konsumen* (R. Sikumbang (eds.2). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (Eds. 1). Jakarta: CAPS(Center for Academic Publishing Services).

- Taufan, A., dan Yuwono, R, T. (2019). Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study : GO-PAY). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(7), 413–419.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Utami, S., dan Kusmawati, B. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.