

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I. & Shine, J. (2003). Extending The New Technology Acceptance Model To Measure The End User Information Systems Satisfaction In A Mandatory Environment: A Bank Treasury. *Technology Analysis & Strategic*, 15
- Abdullah, P. M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In Aswaja Pressindo.
- Abdillah, Willy, Hartono, Jogiyanto (2015) Partial Least Square (Pls) - Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta : Andi Offset.
- Adi Firman Ramadhan (2016) Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money Vol. 13 No. 2 Oktober 2016
- Ananda. 2009. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara. 45 halaman.
- Ahmad, Aemk. And Ha. Al Zu'Bi. 2011. Ebanking Functionality And Outcomes Of Customer Satisfaction. An Empirical Investigation. *International Journal Of Marketing Studies*. 3 (1). 50-65
- Ahmad Iliyin, Widiartanto (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*
- Ajzen, I And Fishbein, M. (2011). Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall
- Armash, H., H. Salarzahi, Nm. Yaghoobi, A. Heydari And D. Nikbin. 2010. The Effects Of Security And Privacy Information On Trust And Trustworthiness And Loyalty In Online Marketing In Malaysia, *International Journal Of Marketing Studies*. 2 (2). 223-234
- Baddeley, Michelle. 2004. Using E-Cash In The New Economy: An Economic Analysis Of Micropayment Systems. *Journal Of Electronic Commerce*

- Research, 5 (4), 239-253.
- Bank, I.(2018). Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018 Tentang elektronik. (Www.Bi.Go.Id.Diakses Pada 30 November 2022)
- Chandra, C. (2017). Peranan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Layanan, Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia).
- Chung, KH. and JI. Shin. 2010. The Antecedents and Consequents of Relationship Quality in Internet Shopping. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. 22 (4). 473- 491
- Eid, Mi. 2011. Determinants Of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty In Saudi Arabia. Journal Of Electronic Commerce Research. 12 (1). 78-93.
- Faradilla Dan Soesanto (2016) Jurnal Studi Manajemen & Organisasi 13 (2016) Desember 149 - 160 [Http://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo](http://Ejournal.Undip.Ac.Id/Index.Php/Smo)
- F.D. Davis. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology", Mis Quarterly, Vol. 13, No. 3, Pp. 319-340.
- Febriyantoro, Susanti (2021) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Pada Era Cashless Society Vol. 1 No. 2 (2021): Fortunate Business Review
- Flavia'N, C. And M. Guinali'U. 2006. Consumer Trust, Perceived Security And Privacy Policy Three Basic Elements Of Loyalty To A Web Site. Industrial Management & Data Systems. 106 (5). 601-620
- Ghozali, I. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Undip. [Http://Libstie.Latansamashiro.Ac.Id//Index.Php?P=Show_Detail&Id=2022](http://Libstie.Latansamashiro.Ac.Id//Index.Php?P=Show_Detail&Id=2022)

- Hartono, J. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85-92.
- Jin, B. and JY. Park. 2006. The Moderating Effect of Online Purchase Experience on the Evaluation of Online Store Attributes and the Subsequent Impact on Market Response Outcomes. *Advances in Consumer Research*. 33. 203-211.
- Kartika, Aprillya (2018) Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang
- Kassim, Norizan, Dan Abdullah, Nor Asiah, (2010),"The Effect Of Perceived Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty In E-Commerce Settings: A Cross Cultural Analysis", *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, Vol. 22 Iss: 3 Pp. 351 – 371
- Ki-Han Chung, Jae-Ik Shin, (2010),"The Antecedents And Consequents Of Relationship Quality In Internet Shopping", *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, Vol. 22 Iss: 4 Pp. 473 – 491
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas, Jilid 1. Jakarta: Pt. Indeks Kelompok Gramedia
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet
- Nurrohman Dan Qurniawati (2019) “23 Among Makarti Vol.12 No.24, Desember 2019 Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di

Lingkungan Iain Surakarta

- Novi, Reza (2020) Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Akuntabel 17 (2), 2020 277-288
[Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Akuntabel](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Akuntabel)
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Akuntabel, 17(2), 277-288..
- Oktabriantono, A. P. Et Al. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Univeritas Pendidikan Ganesha. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1, 8(2).
- Prabawani, Singgih (2016) Journal Article // Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(2), 127-135.
- Putra, Ummah (2023) Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Syariah Di Kota Jambi Dengan Minat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening
[Http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie](http://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie) Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(01), 2023, 1586-1595
- Rahmat Syah, Deni. 2011 Analisa Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus :Uang Elektronik Kartu Flazz Bca). Universitas Indonesia.
- Rahmadoni, Isabella (2022) Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan

- Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money dengan pemahaman Teknologi Sebagai Variabel intervening. *Akdbb Journal Of Economics And Business (Ajob)* Vol. 1 No. 1 Juni 2022 Hal 52-66
- Roca, Jc., Jj. Garci'A And Jj. De La Vega. 2009. The Importance Of Perceived Trust, Security And Privacy In Online Trading Systems. *Information Management & Computer Security*. 17 (2). 96-113
- Robbins, Stephen P. & Judge, Timothy A. (2017). *Perilaku Organisasi* (Edisi 16). Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. Mamang Dan Sopiah. (2013). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Saputri, A. F. B. A. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. Skripsi.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/Eb.V18i2.2493>
- Syah, Muhibbin. (2010). *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Setyo Ferry Wibowo & Dede Rosmauli (2015) *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi) | Vol. 6, No. 1, 2015*
- Shefrin, Hersh, 2000, *Beyond Greed And Fear: Understanding Behavioral Finance And Psychology Of Investing*, Harvard Business School Press.
- Shin JK, Chung KH, Oh JS, Lee CW. 2010. "The Influence Of Site Quality On Repurchase Intention In Internet Shopping Through Mediating Variable: Student Cases In South Korea. *Manajemen* 33 (3): 453-463.
- Silva, I. D., Yunita, A., & Rahmadoni, F. (2022). Pengaruh kepercayaan,

kemudahan dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan e-money dengan pemahaman teknologi sebagai variabel intervening (Studi kasus pada mahasiswa pengguna Shopeepay di Universitas Bangka Belitung). *AKDBB Journal of Economics and Business*, 1(1), 52-66.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Sundana. (2017). *Manajemen Keuangan Perusahaan.*, 8, 62--71.

Suharno. 2010. *Marketing In Practice*. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, V. R., & Febriyantor, M. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-money Pada Era Cashless Society. *Fortunate Business Review*, 1(2), 1-8.

S Tutik (2012). “Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”. Vol.6 No.1 Tahun 2012

Tumewu, James & Wahyuni, Wiwin (2018). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Mengenai Penggelapan Pajak (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Jiafe*. Vol. 4 No.1, Hal 37-54.

Tiarapaksi, B. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan Privasi dan Fitur Layanan Teknologi Finansial Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Indomaret Card sebagai Alat Transaksi* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

- Ummah, I. Q., Ma'ani, B., & Putra, D. (2023). Pengaruh Tingkat Pemahaman Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Syariah Di Kota Jambi Dengan Minat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1).
- Venkatesh, V., Dan Michael G. Moris, (2000), "Why Don't Men Ever Stop To Ask For Directions? Gender, Social Influence, And Their Role In Technology Acceptance And Usage Behavior", *Mis Quarterly*, 24/1.
- Waspada, Ikaputera (2012) *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Vol.16, No.1 Januari 2012, Hlm. 122–131 Terakreditasi Sk. No. 64a/Dikti/Kep/2010 [Http://Jurkubank.Wordpress.Com](http://Jurkubank.Wordpress.Com)
- Wibowo, Setyo Ferry Dan Dede Rosmauli (2015), "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, Vol. 6, No. 1, 2015
- Wahyu Prastiwi Umaningsih (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money Vol. 5 No. 3 Nopember 2020, Hlm. 11