

DAFTAR PUSTAKA

Mustafa, r., akhirman, h., & nurhasanah, s. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, daya tarik promosi dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan e-money card di pelabuhan pt. X. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, daya tarik promosi dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan *e-money card* di pelabuhan pt. X.

Suhendry, w. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money di kota pontianak. *E-jurnal equilibrium manajemen*, 4(1), 87-97.

Helmi, r., & mubarak, z. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kalimantan selatan terhadap penggunaan pembayaran non tunai. *At-taradhi: jurnal studi ekonomi*, 5(1).

Rafiq, M. (2009). Pengaruh kepercayaan konsumen pada merek terhadap loyalitas merek. *Optimal: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam" 45" Bekasi*, 3(1), 4433.

Wibasuri, A., Bangsawan, S., MS, M., & Ribhan, R. (2018). Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4), 6044-6050.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.

Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (studi pada mahasiswa stie ahmad dahlan jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).

Jl, a. A., & de yusa, v. (2019). Pengaruh kepercayaan (trust) menggunakan e-commerce terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal bisnis darmajaya*, 5(1), 13-22.

Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis penggunaan uang elektronik pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri malang (studi kasus: uang elektronik brizzi). *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75-82.

Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-money Pada Generasi Millenials (studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Ipb). *eProceedings of Management*, 5(3).

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.

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*, 927-953.

Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. *Agora*, 5(1).

Santi, s. C. (2016). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan keamanan yang dirasakan terhadap keputusan penggunaan flazz bca di kota surabaya* (doctoral dissertation, stie perbanas surabaya).

Sumber:

<https://money.kompas.com/read/2019/03/23/063000326/ada-37-uang-elektronik-yang-ada-di-indonesia-apa-saja>

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/03/29/lima-e-money-pujaan-hati-anak-negeri>

<https://pddikti.ristekdikti.go.id/>

<https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>

<https://ahmadmulyadi96.wordpress.com/2018/01/07/definisi-aplikasi-menurut-para-ahli/>

<https://www.simulasikredit.com/apa-itu-domp-digital-definisi-domp-digital/>

<https://www.cermati.com/e-money/gopay>

<https://www.cermati.com/e-money/ovo>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Link>