

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Gahtani, S. (2001). The Applicability of TAM Outside North America: An Empirical Test in the United Kingdom. *Information Resources Management Journal*, Vol. 14, No. 3, pp. 37-46.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- BI.go.id. (2011). Sistem Pembayaran di Indonesia. Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 dari <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx>
- BI.go.id. (2013). Uang Elektronik. Diakses pada tanggal 18 Juni 2020 dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>
- Kompasiana.com. (2016). Indonesia Masuk Peringkat 39 "Indeks Uang Digital 2017". Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 dari <https://www.kompasiana.com/nontunai/59dc9c1cadbe2f555e364de2/indonesia-masuk-peringkat-39-indeks-uang-digital-2017>
- Databoks. (2017). Negara Pengguna Sistem Pembayaran Nontunai Terbesar di Dunia. Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/negara-pengguna-sistem-pembayaran-non-tunai-terbesar-di-dunia>
- Databoks. (2019). Inilah Daftar Dompok Digital Terbesar di Indonesia. Diakses pada tanggal 9 Februari 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompok-digital-terbesar-di-indonesia>
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5, pp. 319-339.
- Detikinet. (2019). Aplikasi DANA Punya Fitur dan Tampilan Baru, Apa Saja?. Diakses pada 16 Juni 2020 dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4689432/aplikasi-Dana-punya-fitur-dan-tampilan-baru-apa-saja>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Djalil, M. A., Arfan, M., Yahya, M. R., Sahirah, N. (2017). The Influence of Usefulness, Adequacy of Information, and Perceived Risk of Electronic Money Brizzi Adoption in Banda Aceh – Indonesia. *Proceedings of The 7th Annual International Conference (AIC) Syiah Kuala University and The 6th International Conference on Multidisciplinary Research (ICMR), October-2017*.

- Dosenpendidikan. (2020). Sejarah Uang dalam Peradaban Manusia: Dari Barter Hingga Bitcoin. Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 dari <https://tirto.id/sejarah-uang-dalam-peradaban-manusia-dari-barter-hingga-bitcoin-ejXX>
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, Vol. 1, No. 2, pp. 264-276*
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Perpustakaan dan Informasi, Vol. 9, No. 1, pp. 1-13, 2015. DOI: http://dx.doi.org/10.30829/iqra.v9i1.66*
- Fimela. (2019). Gunakan Dompot Digital dengan Aman Melalui Dana Protection. Diakses pada tanggal 6 Juni 2020 pada <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4039809/gunakan-dompot-digital-dengan-aman-melalui-Dana-protection>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, M., & Sompie, E.A. (2017). Analisa Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Airbnb. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol. 5, No. 2, hal. 212-223*
- Hanadia, N.S.R. & Zulfalisna, D. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Perceived Usefulness, Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Terhadap Sistem Dashboard PDAM Tirta Raharja 2017). *E-Proceeding of Management, Vol.4, No.3, pp. 2707-2714, Desember 2017*
- Handoko, T. H. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior 5th edition*. USA: South-Western.
- Ibrahim, A. (2016). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas Dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif Di Sulawesi Utara (Studi Komparasi Pada Pertanian, Perikanan, dan Peternakan). *Journal EMBA UNSRAT, Vol. 4, No. 2, pp.859-869, Juni 2016. ISSN 2303-1174*
- Iliyin, A., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis UNDIP, 2019*
- Ismainar, H. (2015). *Manajemen Unit Kerja*. Jogjakarta: Deepublish.
- Jogiyanto, H. M. (2018). *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset

- Kim, D.J., Ferrin, D.L., & Rao, H.R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, Vol. 44, No. 2, p. 544-564.
- Kompasiana.com. (2016). Percaya atau Tidak, Uang Kita Hanya Senilai Koran Bekas. Diakses pada tanggal 8 Februari 2020 dari <https://www.kompasiana.com/mntahar/5857a67ef37a61f913efa8b4/percaya-atau-tidak-uang-kita-hanya-senilai-koran-bekas>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. & Keller K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Lentera24. (2019). DANA, Dompot Digital yang Menarik Perhatian Pelanggan. Diakses pada tanggal 9 Februari 2020 dari <https://www.lentera24.com/2019/12/Dana-dompot-digital-yang-menarik.html>
- Leeraphong, A., & Mardjo, A. (2013). Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand. *Journal of Economics, Business, and Management*, Vol. 1, No. 14, pp. 314-318, DOI: 10.7763/JOEBM.2013.V1.68
- Liputan6. (2017). [Cek Fakta] Maling Zaman Now Incar Transaksi Online?. Diakses pada 15 Februari 2020 dari <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/3289267/cek-fakta-maling-zaman-now-incar-transaksi-online>
- Lui, H.K., & Jamieson, R. (2003). Integrating Trust and Risk Perceptions in Business to Consumer Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model. *In European Conference on Information Systems 2003, Naples*.
- Mangkunegara. A. A. A. P. (2012). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Pratiwi, C. M. (2016). Influence of Perceived Usefulness, Perceived Risk, Perceived Ease of Use on Decision to Use A Credit Card Bank BNI in Surabaya. *Artikel Ilmiah Program Pendidikan Sarjana Jurusan Manajemen PERBANAS, 2016*.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis UNDIP, Vol. 5, No. 2, pp. 127-135*

- Priyatno, D. (2016). *SPSS Handbook: Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika, Ekonomi, dan Bisnis, UNISNU, Vol.13, No. 2, pp. 131-145*.
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku Organisasi. Edisi kesepuluh*. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Rukmiyati, N. M. S. & Budiarta, I. K. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis UDAYANA, Vol. 5, No. 1, pp. 115-142, ISSN: 2337-3067*
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen. Edisi 7*. Jakarta: PT. Indeks
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekarini, D.M., & Sukresna, I. M. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening (Studi pada Pengguna E-Toll card Tahun 2015 di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management, Vol. 5, No. 3 pp. 525-537, Sep. 2016*
- Setiawan, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Pengaruh Sosial, dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Teknologi E-Wallet dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Pada Pengguna Layanan E-Wallet DANA di Bandar Lampung). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNILA, 2019.
- Sigit, S. (2002). *Pemasaran Praktis, edisi ketiga*, Yogyakarta: BPFE.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhir M, Imam Suyadi, & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.kaskus.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.8. No.1, pp. 1-10 Februari 2014*.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS.

- Technologue. (2019). DANA Luncurkan Program Proteksi Keamanan 100% bagi Pengguna. Diakses pada 18 Juni 2020 dari <https://technologue.id/Dana-luncurkan-program-proteksi-keamanan-100-bagi-pengguna/>
- Wang, Z., & Li, H. (2016). *Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study*. Thesis Department of Business Studies Uppsala University.
- Wulandari, D., et al. (2018). Factors Affecting The Adoption Of Electronic Money. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, Vol. 9, No. 7, July-2018, pp. 1927-1934, ISSN Online: 0976-6316.
- Sasmiyarsi dan Meliana. (2019).. *Pengaruh Inovasi Proses T-Cash Tap Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel*. *Journal Bisnis dan Komunikasi Kalbisocio*, Vol.6 (1), 54-61.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6thed. Boston: Mc.Graw-Hill.



KALBIS Institute

Transforming • Hearts and Minds