

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Fitrah, M. & Luthfiah. 2017. Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. Sukabumi: CV Jejak.
- Hamdi, Asep S., & E. Bahrudin. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan. Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan, Edisi Revisi, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Juliandi, A., Irfan dan Sapri Manurung. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Medan : UMSU PRESS.
- Latan, Hengky. 2013. Structural Equation Modeling : Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80. Bandung : Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2017. Riset Pemasaran. Jakarta : PT Centro Inti Media.
- Santoso, Singgih. 2018. Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sarwono, J., Herlina Budiono. 2012. Statistik Terapan : Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis Dan Disertasi (Menggunakan SPSS, AMOS, Dan Excel). Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk, 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indek
- Suparyanto, Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor : In Media
- Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Timotius, Kris H. 2014. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : ANDI
- Widi, Restu Kartiko. 2018. Menggelorakan Penelitian : Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian. Yogyakarta : DEEPUBLISH

Wijanto, Setyo Hari. 2008. *Structural Equation Modeling Dengan Lisrel 8.8*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Jurnal:

Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24-32.

Fatmawati, Endang (2015), Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan, *Jurnal Iqra'*, Vol. 9, No. 1, hlm. 1-13.

Fransiska, Indah. 2015. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Terhadap Mujigae Resto Festival Citylink). Prodi D3 Manajemen Pemasaran. Fakultas Ilmu Terapan. Universitas Telkom. eProceeding of Applied Science. Jurnal Vol.1, No.3

Hanggono, A. A. (2015). Analisis Atas Praktek TAM (*Technology Acceptance Model*) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. Vol. 26, No. 1, September 2015.

Komalasari, Y., & Marjito, M. (2019). Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Toward Using* Pada Ojek Online Uber. *Jurnal Computech & Bisnis*, 13(1), 11-17

Mazhar, F., Rizwan, M., Fiaz, U., Ishrat, S., Razzaq, M. S., & Khan, T. N. (2014). An investigation of factors affecting usage and adoption of internet & mobile banking in Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 4(2), 478.

Nurmalia, V. D., & Wija, L. E. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 69-76.

Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26-31.

Pambudi, A. R. (2019). Analisa Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention Pada Aplikasi Digital Payment Ovo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(2), 10.

Rahmiati, R., Engriani, Y., & Putri, R. R. E. (2019, September). The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money with Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. In *Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)*. Atlantis Press.

Ramayah dan Ignatius, 2006. "Impact of Perceived usefulness, Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to shop online." Universiti Sains Malaysia.

Rizan, M., Haro, A., & Rahmadhina, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dengan Trust Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Grab Di Wilayah Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 337-355.

Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39-51.

Wijayanti, M. W., Suddin, A., & Sutarno, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behaviour Intention To Use Bri Digital Banking Pada Agen Brilink Pt Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(2).

Skripsi:

Hidayah, Melisa Surya. 2019. *Pengaruh Experirntal Marketing Terhdap Kepuasan Konsumen Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kausu Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Summarecon Mall Bekasi)*. Skripsi.Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada.

Pandaleke, Sulinda Elisabeth. 2017. Analisis Pengaruh Perceived Compatibility Lifestyle, Perceived Usefulness, Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Attitude Toward Using Serta Dampaknya Pada Behavior Intention Pada Aplikasi Hipcar, PT Mobindo Teknologi Indonesia. Manajemen. Universitas Bina Nusantara. <https://library.binus.ac.id> : 2017-2-01727.

Syahidah, M. (2020). Pengaruh Manfaat Yang Dirasakan (Perceived Usefulness) Dan Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan (Perceived Ease Of Use) Terhadap Minat Untuk Terus Menggunakan (Behavioral Intention To Use) Virtual Class Universitas Lampung (Studi pada Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung Angkatan 2017).

Website:

<https://wearesocial.com/digital-2020>

<https://swa.co.id/swa/trends/survei-snapcart-ovo-paling-banyak-digunakan-sebagai-dompot-digital>

<https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Jumlah%20Uang%20Elektronik.aspx>

<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/instrumen-nontunai/unik/Contents/Default.aspx>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/11/linkaja-kurang-populer-dan-diminati-dibandingkan-gopay-dan-ovo>

<https://katadata.co.id/berita/2019/05/31/popularitas-ovo-terkuat-di-segmen-dompot-elektronik-nasional>

<https://keuangan.kontan.co.id/news/sepanjang-2019-ovo-catat-1-miliar-transaksi?page=all>

<https://dailysocial.id/post/laporan-e-wallet-indonesia-iprice>

