

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adiyanti, A.I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah FEB*. Vol. 3 No. 1.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Process*, hal 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Persolity, and Behavior*. New York : Open University Press.
- Ariyanto, Debby. (2018). Pengaruh *Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* terhadap *Repurchase Intention E-Money*. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*. Vol. 6 No.4, hal 583-588.
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bukhori, Imam. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Dampak Adopsi *Mobile Payment* di Kalangan *Merchant*. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *Massachusetts Institute of Technology*. Vol. 13 No. 3, hal 319-335.
- Dewi dan Ardani. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online di Kota Denpasar. *Jurnal Universitas Udayana*. Vol. 5 No. 1, hal 650-674.
- Fathia, Arlini. (2012). Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Kartu Kredit : Model Kombinasi TAM dan TPB. *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gosal dan Linawati. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior*. *Seminar Nasional dan Call for Papers*, hal 455- 461.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey : Pearson.

- Hair, J., Ringle, C., dan Sarstedt, M. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance*, hal 1-12.
- Hardanti, K.N. dan Saraswati, E. (2013). Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce. *Simposium Nasional Akuntansi XVI*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta : Andi.
- Jimantoro, C., dan Tjondro, E. (2014). Analisis Niat Penggunaan E-Filing di PT "X" dan PT"Y" Surabaya dengan *Structural Equation Modeling*. *Jurnal Universitas Kristen Petra*. Vol.4 No. 2, hal 1-7.
- Juhri, J. dan Dewi, C.K. (2017), Kepercayaan dan Penerimaan Layanan *Mobile Money T-Cash* di Bandung dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Universitas Telkom*. Vol. 10 No. 1, hal 36-49
- Kusumaningrum, Fitra. (2017). Analisis Faktor-Faktor Potensial terhadap Minat Penggunaan E-Filling: Modifikasi *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *Theory Of Planned Behavior (TPB)*. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Laudon dan Laudon. (2015). *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Nugroho, Winarno, Hartanto. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *Mobile Payment* dengan Pendekatan *Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *Jurnal Universitas Gajah Mada*, hal 226-232.
- Nurmalasari, Ajeng. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Octavia, G.G. dan Pratiwi, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Pengguna dalam Bertransaksi Menggunakan E-Money yang Dimediasi oleh Sikap Pengguna (Studi Empiris pada Pengguna E-Money Berbasis Ovo). *Jurnal STIE Multi Data Palembang*, hal 1-15.
- Peniarsih dan Andriandi. (2018). Analisis Determinan Sistem Informasi E-Ticketing (Pendekatan *Extended Theory Of Planned Behaviour*). *Journal of Information System, Applied, Managemen, Accounting and Reseachr*. Vol.2 No.3, hal 40-51.
- Pertawijaya, Immar. (2015). Analisis Komparatif *Mobile Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi Telkom T-Money dan Mandiri E-Cash. *Jurnal Universitas Telkom*. Vol. 2 No. 2.

- Pramono, B., Yanuarti, T., Purusitawati, P.D., dan Emmy. Y.T. (2006). Dampak Pembayaran Non Tunai terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter. *Working Paper*.
- Rahman, A. dan Dewantara, R.Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli *Online* (Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 52 No. 1, hal 1-7.
- Roberts, K.R. (2008). Using The Theory of Planned Behavior to Explore Restaurant Managers Support for Employee Safety Food Training. *An Abstract of a Dissertation*.
- Rochmawati, Unnia. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Sikap Nasabah terhadap Penerimaan Penggunaan E-Banking bagi Nasabah Bank BNI di Surabaya. *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*., hal 1-12.
- Safeena, R., Date, H., Hundewale, N., dan Kammani, A. (2013). *Combination of TAM and TPB in Internet Banking Adoption. International Journal of Computer Theory and Engineering*. Vol. 5 No. 1, hal 146-149.
- Siri, M., Fitriyani, dan Herliana, A. (2017). Analisis Sikap Pengguna *Paytren* Menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Informatika*. Vol. 4 No. 1, hal 66-73.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Swandrastri, Gege. (2017). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Tallaha, A.M., Shukor. Z.A., dan Hassan, N.S.A. (2014). *Factors Influencing E-Filling Usage Among Malaysian Tax Payers: Does Tax Knowledge Matters?. Jurnal Pengurusan*, hal 91-101.
- Tjini dan Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Universitas Brawijaya*. Vol. 1 No. 2.
- Widyaharsana. (2010). *Mobile Marketing Sebagai Media Pemasaran*. Jakarta: PPM.
- Yogananda, A.S. dan Dirgantara, M.B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko

terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.
Diponegoro Journal Of Management. Vol. 6 No. 4, hal 1-6.

Yudhi, W., Arthana, R., dan Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB). Vol. 7 No.1, hal 25-41.

Yulianto, Y., Ferdinand, A.T., dan Soesanto, H. (2016). Studi Mengenai Pengaruh Tekanan Waktu untuk Membeli, Derajat Diferensiasi Produk dan Customer Value terhadap Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Uang Elektronik (Studi pada Penggunaan Uang Elektronik E-Money di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasran Indonesia*. Vol. 15 No. 3, hal 152-167.

