

DAFAR RUJUKAN

- Abd Ghani, M., Mohd Yasin, N., & Alnaser, F. (2017). Adoption of Internet Banking: Extending the Role of Technology Acceptance Model (TAM) with E-Customer Service and Customer Satisfaction Service Quality in Islamic Banks of Palestine; The role of PAKSERV model, customer satisfaction and customer loyalty Vi. *World Applied Sciences Journal*, 35(9), 1918–1929. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2017.1918.1929>
- Afandi, I. A., Kusyanti, A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Hubungan Kesadaran Keamanan , Privasi Informasi , Perilaku Keamanan Pada Para Pengguna Media Sosial Line. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(9), 783–792.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Arifin, Z. (2021). *E-Business: Strategi, Model, dan Penerapannya*. CV. Budi Utama.
- Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 583–589.
- Candrawati, T., Handayani, E., & Kusnawati, A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Compatibility Dan Subjective Norm Terhadap Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D3 Akuntansi Manajemen Semester 1 Politeknik Negeri Malang). *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*.
- Fitriadi, M. F., & Saefuloh, D. (2021). Pengaruh Resiko dan Manfaat yang Dirasakan Konsumen Milenial Kota Bandung Terhadap Sikap dan Niat Berperilaku Pada Makanan UMKM di Go-Food. *Prosiding Industrial Research ...*, 4–5.
- Gloria, T. V., & Achyar, A. (2018). Effects of Externalities and Flow on Perceived Usefulness, Satisfaction, and Loyalty in Mobile Instant Messaging Promotion. *ASEAN Marketing Journal*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.21002/amj.v8i2.9261>
- Gunawan. (2019). *Mencari Peluang di Revolusi Industri 4.0 untuk Melalui Era Disrupsi4.0*. Maslamah Media Mandiri.
- Inrawan, A., Silitonga, H. P., Halim, F., Lie, D., Sofyan, & Siregar, R. T. (2022). *Manajemen Kewirausahaan Kontemporer*. CV. Media Sains Indonesia.

- Joo, Y. J., Park, S., & Shin, E. K. (2017). Students' expectation, satisfaction, and continuance intention to use digital textbooks. *Computers in Human Behavior*, 69, 83–90. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.025>
- Liang, C. C., & Shiau, W. L. (2018). Moderating effect of privacy concerns and subjective norms between satisfaction and repurchase of airline e-ticket through airline-ticket vendors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(12), 1142–1159. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1528290>
- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kepuasan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang pada E-Commerce Marketplace X di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 401–416.
- Matarida, F., Rumondang, A., Setiawan, Y. B., Zukhruf, A., Kurniullah, Revida, E., Purba, S., Napitupulu, D., & Sudarso, A. (2020). *Service Management*. Yayasan Kita Menulis.
- Muhson, A. (2012). Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS. Yogyakarta: FE. UNY.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina RU V Balikpapan. 5(1), 810–826.
- Nubika, I. (2018). *BITCOIN; Mengenal Cara Baru Berinvestasi Generasi Milineal*. Genesis Learning.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaen, J., Simarmata, J., Samosir, R. sefina, Nugraha, H., Jamaludin, Harmayani, Putra, S. hendra, Indrawati, Ardiana, D. putu yudhi, Purba, B., & Manullang, sardjana orba. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Prayidyaningrum, S., & Djamaludin, M. D. (2016). Theory of Planned Behavior to Analyze the Intention to Use the Electronic Money. *Journal of Consumer Sciences*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.29244/jcs.1.2.1-12>
- Purba, R. A., Sudarso, A., Silitonga, H. P., Sisca, Supitriyani, Yusmanizar,

Nainggolan, L. E., Sudirman, A., Widyastuti, R. D., Navita, A. D., & Teri. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi*. Yayasan Kita Menulis.

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i2.1293>

Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Prilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, B., & dengan Pemasaran, M. P. (2011). Arikunto.(2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Aziz Alimul, Hidayat. 2007. *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2007, *Retail Management*. *Am J Manag Care*, 17, 41–48.

Suadi, A. (2019). *Filsafat Hukum: Refleksi Filsafat Pancasila, Hak Asasi Manusia, dan etika*. Prenadamedia Group.

Suarjana, I. K. A., & Suparna, G. (2019). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Sepatu League. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6281–6300. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p21>

Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., & Yuniwati, I. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. ALFABETA.

Sunjoyo, D. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Alfabeta.

Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.

Wardhono, A., Indrawati, Y., & Qori'ah, C. G. (2017). *Inklusi Keuangan dan Persimpangan Kohesi Social dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan*.

Pustaka Abadi.

Widiartini, P. R., & Yasa, N. N. K. (2017). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai dengan Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(1), 11–25.

