

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen pada Penggunaan E-money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 90-102.
- Cox, D., & Rich, S. (1964). Perceived Risk and Consumer Decision Making - The Case of Telephone Shopping. *Journal Of Marketing Research*, 1(4), 32-39. doi: 10.1177/002224376400100405
- Dalcher, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*, 15(4), 441-455. doi: 10.1080/095373203000136033
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *JUICI*, 4(1), 6.
- Hapsari, I. W., Hidayah, N., & Pramesti, D. A. (2022). Electronic Word of Mouth dan Perceived Risk : Antecedent Keputusan Pembelian. *Journal House of Management and Business (HOMBIS)*, 1(1), 11. doi: 10.26753/hombis.v1i1.763
- Hapsoro, B. B., & Kismiatun. (2022). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security. *Management Analysis Journal*, 12(4), 396-405. doi: 10.15294/MAJ.V11I4.63725
- Hardiyanto, S. (2018, Januari 28). *Penggunaan E-money Masih Minim*. <https://www.jawapos.com/ekonomi/01103801/penggunaan-emoney-masih-minim>
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2020). Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet. *Jurnal EKOBIS : Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 223-236. doi: 10.37932/j.e.v10i2.131
- Kim, D., Ferrin, D., & Rao, H. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 544 -564. doi:10.1016/j.dss.2007.07.001
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management 15th*. New Jersey: Pearson Education.
- Kurniawan, A., Yulianti, F., & Putri, T. E. (2022). The Effect of Perceived of Ease of Use, Perceived of Benefits, Trust, Perceived of Risk and Level of Understanding of Electronic Money on Interest in Using Emoney.

Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS), 6(1), 132-153.
doi: 10.35310/accruals.v6i01.947

- Kusnandar, V. B. (2023, Februari 23). *Keuangan*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/uang-elektronik-yang-beredar-tembus-772-juta-unit-pada-november-2022#:~:text=Berdasarkan%20data%20Bank%20Indonesia%20>
- Laora, S. E., Hidayati, T., & Asnawati. (2021). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap repurchase. *Jurnal Kinerja*, 18(2), 304-313.
doi: 10.30872/jkin.v18i2.8356
- Mandasari, C. S., & Giantari, I. K. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan untuk Membangun Loyalitas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(10), 3637-3664. doi: 10.24843/EEB.2017.v06.i10.p08
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333-342.
doi: 10.30598/barekengvol14iss3pp333-342
- Meilisa, H. (2019, Desember 17). *Penggunaan Mobile Payment Jatim Terbesar Ketiga di Pulau Jawa*. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4825965/penggunaan-mobile-payment-jatim-terbesar-ketiga-di-pulau-jawa>
- Meliana, V. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 9(1), 7.
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk terhadap Intention Buy Online Patisserie melalui Consumer Attitude berbasis Media Sosial di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26-31. doi: 10.9744/pemasaran.11.1.26-31
- Pramudana, K. A., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(10), 2247-2256. doi: 10.24843/EEB.2018.v07.i10.p02
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan E-Money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 151-158.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik. *Pengembangan Model Technology Acceptance Model*, 5(2), 9. doi: 10.14710/jiab.2016.11294
- Safitri, K. (2023, April 11). <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/1311/survei-visa-67-persen-masyarakat-indonesia-bersiap-tinggalkan-uang-tunai>

- Saraswati, I. A., & Rahyuda, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(2), 61-72.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sheila, U., Lestary, R. A., & Kholis, N. (2021). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap Penggunaan E-Money sebagai Instrumen Pembayaran Non-Tunai. *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII*, 3(1), 13. doi: 10.20885/tullab.vol3.iss1.art3
- Statistik, B. P. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Malang (Jiwa), 2020-2022*. <https://malangkota.bps.go.id/indicator/12/51/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-malang.html>
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Uly, Y. A. (2021, Desember 12). *Money*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/16/172015626/melonjak-618-persen-transaksi-uang-elektronik-capai-rp-313-triliun>
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 33. doi: 10.20473/ydk.v32i1.4431