

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahhab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta, Kencana, 2004).
- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
- Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking*)”.
- Akhmad Alim, *Sains dan Teknologi Islami*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offser, 2014).
- Al Qur'an Surah Al An'aam Ayat 165, *Al qur'an dan Terjemah Ma'nanya dalam Bahasa Indonesia*, Departemen Agama, 1997.
- Al Qur'an Surah An-Nisa' Ayat 58, *Al qur'an dan Terjemah Ma'nanya dalam Bahasa Indonesia*, Departemen Agama, 1997.
- Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Saputra, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 27, 2 (2019).
- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).
- Burhan Bungin, *Metodologi penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005).
- Dwi Marchelina dan Raisa Pratiwi, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat menggunakan *E-Money* (Studi Kasus pada Pengguna *E-Money* Kota Palembang).
- Fitriana Sharqawie, *Fikih Muamalah*, (Banjarmasin, IAIN ANTASARI PRESS, 2015).
- Florida Tilaar, dkk, “Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi terhadap Minat Beli Pengguna Shopee secara Online pada

- Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret”, *Jurnal EMBA* 6, (No. 4, 2018).
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREI : Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011).
- Herman Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan, 2006).  
<http://obendon.com/2015/03/12/gojek-indonesia/> diakses pada tanggal 19 Desember 2019.
- <https://m.bisnis.com/finansial/read/20190711/90/1123152/volume-transaksi-e-money-capai-rp8-triliun-ini-penopangannya>, diakses 3 September 2019.
- <https://radarkudus.jawapos.com/read/2018/10/11/98227/go-jek-siap-dorong-umkm-kudus> diakses pada tanggal 19 Desember 2019
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, (Semarang: Undip, 2008).
- Jogiyanto H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi)*, (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2008).
- John C. Moven dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta, Alih Bahasa Lina Salim Erlangga, 2002).
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Predanamedia Group, 2011).
- Makmum Khairani, *Psikologi Belajar*, (Yogyakarta, Aswaja Pressindo, Tanpa Tahun).
- Mardalis, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010).
- Masrukhin, *Statistik Inferensial Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu Press, 2008).
- Moch Suhir,dkk, “Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara *online* (Survei terhadap Pengguna Situs *Website www.Kaskus.co.id*), *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, No. 1 (2014).
- Muhammad Adi Wibowo, Sri Suryoko “Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Produk *E-Money* (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Go-Pay di Jakarta).
- Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin, “Pengaruh Persepsi Nasabah atas Resiko, Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan

- Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)*”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* 1, (No. 2, 2016). Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016).
- Nia Ujia dan RR. Siti Munawaroh, “Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli *Online*”, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 19, No. 2 (2018).
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002).
- Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2005).
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel* (Jawa Barat: CV Alfabeta, 2003).
- Setyo Ferry Wibowo, dkk, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-money Card* (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 6, No. 1 (2015).
- Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)”.
- Siti Hidayati, dkk, *Operasional E-Money*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006).
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2010).
- Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan, *SPSS COMPLETE : Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS* (Jakarta: Salemba Infortel, 2011).
- Subana, dkk, *Statistik Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000).
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013).

- Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2009).
- Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009).
- Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran Cet. 1*, (Ghalia Indonesia, 2003).
- Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupers, 2015).
- Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Pengguna *Go-Pay*).

