

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2006. *Kajian Operasional e-Money*. Oktober.
- Candraditya, idris.(2013). *Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Diponegoro Journal Of Management.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel., (2001), Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P, & Warshaw, P.R., (1989). *User Acceptance of Computer Technology a Comparison of Two Theoretical Models*, Management Science, Vol. 35, No. 8, pp. 982-1003
- Dewa, Ndaru Kusuma (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Harga terhadap Minat Beli*
- Dursun, Inci., Kabadayi, Ebru Tumer., Alan, Alev Kocan, & Bulent Sezen., (2011). *Store Brand Purchase Intention : Effects of Risk, Quality, Familiarity and Store Brand Shelf Space*. Procedia Social and Behavioral Science 24 (2011). 1190-1200
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan ke V, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hair, J.F. (2009) *Multivariate Data Analisis*. Edisi 9. New Jersey: Pearson Education.
- Hair, J.F. (2006). *Multivariate Data Analisis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hendriyanto dan Aseptia. 2012. Analisis Pengaruh Pendekatan Personal Tenaga Penjual, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pt Wahana Kreasindo Utama). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan, Vol 3 (1)*, Mei, 1-15.
- Khatimah, Husnil., F. Halim, (2014). *Consumers' Intention to Use e-Money in Indonesia Based on Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)*. American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture. ISSN: 1995-0748.
- Khatimah, Husnil., F. Halim, (2014). *The Intention to Use E-Money Transaction: The Moderating Effect of Security in Conceptual Framework*. American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture.ISSN 1995-0748.
- Kuncoro, Mudrajad (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip ., Gary Armstrong (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga

- Novitasari, Fitriasari. (2013). *Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money*.
- Peter, Paul. J and Olson, C. Jerry. (1999). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Keempat. Jilid-1. Erlangga, Jakarta.
- Pratiwi, Trisha Sari (2015), *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, dan Kesesuaian Harga terhadap Minat Menggunakan Kartu Flazz BCA dalam Menggerakkan Financial Inclusion di Surabaya*
- Putra, A. A. Ngr Bagus Maha. A. A. G. Agung Artha Kusuma (2014), *Pengaruh Kecanduan Internet, Daya Tarik Promosi, dan Kepemilikan Kartu Kredit terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online*
- Rigopoulos, George dan Dimitros Askounis (2007), *A TAM Framework to Evaluate User's Perception toward Online Electronic Payment*. Journal of Internet Banking and Commerce, 12, 3
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. 2007. *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. 2009. *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siddiq. (2013). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Samsung (Survey pada Konsumen Itklinik Jakarta)*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri, Shofawati. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah cabang Kediri*. JESTT Vol. 1 No. 2 .
- Syamsu, Aditya dan Sanaji. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Promosi Penjualan terhadap Niat Beli Pelanggan Telepon Rumah pada Layanan Speedy Pre Wired*. Jurnal Manajemen Volume 2 Nomor 4, Oktober 2014
- Tjini, Baridwan. (2012). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*.
- AntaraNews. (2014, September). *Perbankan Indonesia Dinilai Ketinggalan Terapkan E-money*. <http://www.antaraneews.com/berita/453566/perbankan-indonesia-dinilai-ketinggalan-terapkan-e-money>.