

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, E. 2010. Analisis Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Orang Tua Murid Memilih Jasa Pendidikan di SDIT Bina Insani Semarang. Skripsi S1, Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Ekonomi, Semarang.
- Andriyanto, Yaufi. (2014). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arbi, Cucun Fery Tri. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro House Of Smith Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Stikubank Semarang.
- Aryani, Yustina. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-JEK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Go-Ride dan Go-Food di Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Andryanto, Reza. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- Budiman, Sturmius Jovial. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use, Perceived Risk dan Attitude Terhadap Intention To Use Pada Mahasiswa Calon Pengguna E money Gopay di Surabaya. Undergraduate thesis, Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Budi, Nurcahya Agung Sulistya. (2015). Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bugembe, Juliet. (2003). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, and Actual Usage of A New Financial Management System: A Case Study of Uganda National Examination Board. Makerere University Business School.
- C. Manoppo, Marisca. (2015). Pengaruh Persepsi, Sikap dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Jasa Pengiriman TIKI di Manado. Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 3 No. 1.
- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13, 319.
- Edi, Sarwo. (2013). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen dan Asosiasi Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris Pertimbangan Mahasiswa UNNES Dalam Pembelian Laptop Toshiba). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Fermansah, Budi., Susanta, Dr. Hari., & Widiartanto, Dr. (2015). Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih JasaTransportasi PO.SUMBER ALAM. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 4, No.2.

- Indrawan, Kurnia., & Suharyono. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku (Survei Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek Di Perumahan Sawojajar 1 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 58, No.2.
- Juniwati. (2014). Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online. *European Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 27, 218-228.
- Karnadjaja, Claudia Cindy., Tulipa, Diyah., & Lukito, Robertus Sigit Haribowo. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Belanja Online melalui Kepercayaan dan Sikap pada Konsumen Zalora di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA)* Vol. 6 No. 2.
- Kartika, Apriliya. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 6 No. 2.
- Kim, Yong Jin., Chun, Jae Uk., & Song, Jaeki. (2009). Investigating The Role of Attitude in Technology Acceptance From an Attitude Strength Perspective. *International Journal of Information Management*, Vol. 29, 67-77
- Labiro, Mentari Kasih. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk, Pada Keputusan Pembelian Produk Purbasari Lipstick Matte (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Lestari, Sri Handi. (2018, 25 Juni). Sudah Kuasai 62 Kota di 17 Provinsi Indonesia, GoJek Bidik Target 'Mustahil' ini Hingga Akhir 2018. *jatim.tribunnews* Diakses 11 Juni 2019, dari <https://jatim.tribunnews.com/2018/06/25/sudah-kuasai-62-kota-di-17-provinsi-indonesia-gojek-bidik-target-mustahil-ini-hingga-akhir-2018>.
- Lembang, Rosvita Dua. (2010). Analisis Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Listiorini. (2018, 29 Agustus). Inilah Perbedaan Gojek dan Grab yang Perlu Diketahui. Diakses 9 Mei 2019, dari <https://carisinyal.com/perbedaan-gojek-dan-grab/>
- Lules, Isaiiah., Omwansa, Tonny Kerage., & Waema, Timothy Mwololo. (2012). Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya. *International Journal of Computing and ICT Research*, Vol. 6, Issue 1, 31-43.
- Malau, Jamaluddin Nurma., Hidayat, Wahyu., & Suryoko, Sri. (2015). Pengaruh Tarif, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Penumpang Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang Koridor II Terboyo - Sisemut, Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 4.
- Marchelina, Dwi., & Pratiwi, Raisa. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang.

- Mauludiyahwati, Septi. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)). S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- Mulyana, Yusuf Fitra. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX. Co.Id). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Nadie, Lahyanto. (2017, 21 Juni). Inilah Modus Penipuan Pengguna Go-Jek, Go-Pay Jebol Jadi Rp 0. Diakses 11 Juni 2019, dari <http://kabar24.bisnis.com/read/20170621/367/664943/inilah-modus-penipuan-pengguna-go-jek-go-pay-jebol-jadi-rp>.
- Permatasari, Elien Nira. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Minimarket (Studi Kasus pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tayu Wetan, Tayu, Pati, Jawa Tengah).Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Pramudana, Komang Agus Satria., & Santika, I Wayan. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7, No. 10.
- Pratama, Rizki. (2019, 07 Mei). Angkot Dilirik Lagi Karena Tarif Ojol Naik. Diakses 11 Juni 2019, dari <http://oto.detik.com/berita/d-4538958/angkot-dilirik-lagi-karena-tarif-ojol-naik?>.
- Priambodo, Singgih & Prabawani, Bulan. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 5 No. 2.
- Rahayu, Priestiani Putri. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Yogyakarta). Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Rahayu, Rurie Wiedya. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go-Pay Dari PT. Go-Jek Indonesia. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Rivai P, Agung Kresnamurti., Suneni., & Ika Febrilia. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol 10, No. 1.
- Romadloniyah, Alifatul Laily., & Prayitno, Dwi Hari. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. Jurnal Penelitian Ekonomi & Akuntansi, Vol. 3, No.2.

- Salam, R. Muhammad Fikri. (2018). Analysis Of Technology Acceptance Model In Understanding Customer's Decision To Use Go-Pay. Faculty Of Economics And Business. Jenderal Soedirman University.
- Saputri, Linda. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Salatiga.
- Sari, Hutami Permita. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setyanto, Kurniawan., Fathoni SE MM, Azis., & M Minarsih, Maria. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Memilih Jasa Angkutan Umum Bus DAMRI di Kota Semarang. Journal Of Management, Vol. 1 No.1.
- Sismiyati, Ana. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien RSKIA Ummi Khasanah Bantul). Prodi Manajemen UPY.
- Suliyanto, Dr. (2006). Metode Riset Bisnis. Yogyakarta: Andi
- Suliyanto, Dr. (2011). Ekonometrika Terapan. Yogyakarta: Andi
- Susilowati, Christin., Thoyib, Armanu., & Permanasari, Kartika Indah. (2012). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Kartu Seluler IM3 melalui Motivasi Konsumen (Studi pada Pengguna IM3 di Malang). Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 10, No. 1.
- Tionami, Regina Tantri. (2018). Pengaruh Fitur Go-Pay Terhadap Permintaan GO-JEK di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- Trihutama, Rizky Putra. (2018). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Pada Pengguna Go-Pay Layanan Go-Jek). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol. 6 No. 2.
- Wibowo, Muhammad Adi., & Suryoko, Sri. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 7 No. 5.
- Winardi, Rudik. (2013). Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125 di Purworejo. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Purworejo.