

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, h. 146
- Anjelina. 2018. "Persepsi konsumen pada penggunaan e-money". *Journal of Applied Managerial Accounting*, Vol. 2, No. 2, hl. 219
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Jakarta: PT Rineka Cipta, Edisi Revisi
- Bank Sentral Republik Indonesia, 2018. *Sistem Pembayaran di Indonesia*. .
<http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/sekilas/Contents/Default.aspx>. diakses pada 5 Mei 2022
- Bank Sentral Republik Indonesia, 2018. *Edukasi Perlindungan Konsumen*. .
<http://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa/uang-elektronik/default.aspx>. diakses pada 5 Mei 2022
- Desmita. 2010. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik: Panduan bagi Orang Tua dan Guru dalam Memahami Psikologi Anak Usia SD, SMP dan SMA*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet 2, h. 117
- DANA. 2022. Tentang DANA. <https://dana.id/about>. diakses pada tanggal 16 Juni 2022
- Firdauzi, Indrawan. 2016. "Pengaruh Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta", *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak dipublikasikan.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Cet. 7, hl. 52
- Gunawan, Akbar, NuraidaWahyuni, Vidya Nur Sheka. 2021. "Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Edukasi*, Vol. 4, No. 2, hl. 187
- Indah Rahmayani 2018. *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*..
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasateknologi-digital-asia>. diakses pada 14 Mei 2022
- Kamus Besar Indonesia Versi Online atau dalam Jaringan. 2018. *Persepsi*.
<http://kbbi.web.id/persepsi>
- Kotler. Philip. Kevin. L. Keller. 2014. *Marketing Manajemen 15th edition*. Global Edition. England: Pearson Education Limited.

- Nurmalasari, Ajeng. 2018. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Tidak dipublikasikan
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Edisi 1, Cet. 6, h. 143
- Rahayu, Rurie Wiedya. 2018. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go-Pay dari PT Gojek Indonesia (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta)”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, tidak dipublikasikan.
- Ramadan, Adi Firman, Andrian Budi Prasetyo dan Lala Irviana. 2016. “Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money”, *Jurnal Edukasi*, Vol. 13, No. 2
- Riduwan. 2012. Pengantar Statistika Sosial. Bandung: Alfabeta, Cet. 3, h. 43
- Tjiptono, Fandy & Diana Anastasia. 2020. Pemasaran. Lumajang: ANDI.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cet. 14 h. 64
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2012. Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, Cet. 4, h. 47.
- Tech In Asia. 2021. *Aplikasi Startup di Indonesia*. <https://techinasia.com> diakses pada tanggal 21 Juni 2022