

BIBLIOGRAPHY

- Atif, N. F. (2014). In N. F. Atif, *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan* (p. 280). Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Baliexpress.jawapos.com. (2018, Oktober 23) hati-hati marak penipuan online berkedok gopay ini modusnya. Web site: www.baliexpress.jawapos.com
- Benbasat, I., & Barki, H. (2007). Quovadis TAM, *Journal of the Association for Information Systems* , 8(4),7.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-commerce Management Sixth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati, d. (2017). *Perilaku Konsumen Individu*. Bandung: Refika Aditama.
- Katadata.co.id. (2019, Maret 01). Go pay jawara uang elektronik. Web site: www.katadata.co.id/indografik
- Kotler Philip; Keller Kevin Lane, 2009, *Marketing Management*, United States of America, Prentice Hall.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Radarbogor.id. (2018, Mei 30) awas modus penipuan hadiah dari gopay uang korban terkuras sendiri. Web site: www.radarbogor.id
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widodo. (2017). In *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (p. 301). Jakrta: PT. Grafindo Persada.

Yuniarti Vinna Sri,S.E.,M.M, 2015, Perilaku Konsumen Teori dan Praktik, Bandung, CV Pustaka

maxmanroe.com mengenal 4 jenis istilah tahapan pendanaan startup Web site:

www.maxmanroe.com

Sadurawan, Samarasinghe, Kuruppu (2018)*Factors affecting the adoption of mobile money services in the Colombo district of sri lanka.*

Wulandari, Narmaditya, Parewangi, Sakarji, Purnamasari, Qurrata (2018). *Factors affecting the adoption of electric money.*

Meskaran, Ismail, Shanmuga (2013). *Online Purchace Intention: Effect Of Trust and Security Perception.*

Javed, Waseer, Mehmood (2018). *Virtual Purchase Intention: Influence of Security and Trust.*

Rakhi, Thakhur; Mala, Srivastava; (2014). *Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India.*

Pratiwi, Dewi, (2018). *Factors (Benefits, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security) Affecting Consumer's Perception on E-Money in Indonesia (Study on The Use of E-Money Mandiri, BCA, BNI, BRI).*

Priyono, (2017). *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay.*

Djalil, Arfan, Yahya, Sahirah, (2017). *The Influence of Usefulness, Adequacy of Information, and Perceived Risk of Electronic Money Brizzi Adoption in Banda Aceh – Indonesia.*

Kurniawan, Indriani (2018). *PENGARUHP RODUCT KNOWLEDGE ,PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED RISK, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA MOTOR KAWASAKI NINJA 250FI DI KOTA SEMARANG.*

Rosdiana, Haris (2018). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian secara Online.*

Husnawati (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi kualitas terhadap Buying Decission sepeda motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin (Makassar).*

Ridwanto, (2016). *ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND KNOWLEDGE DAN BRAND STRENGTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.*

Tarwiyanti, (2016). *PENGARUH KEPERCAYAAN (TRUST) PADA TOKO ONLINE (ONLINESHOP) TERHADAP INTENSI MEMBELI PRODUK.*

Dradjat, (2017). *Pengaruh Persepsi Tegnologi, Persepsi Resiko, dan Institution Based Trust terhadap Online Trust dan Perilaku Pengguna jasa ojek online.*

Andika, (2016). *ANALISIS WEBSITE QUALITY, TRUST, DAN LOYALTY PELANGGAN LAZADA (Studi pada Masyarakat Kota Yogyakarta).*