

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.19*. Cet-5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gilarso,T. (2003). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius
- Jogiyanto. (2007) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip dan Amstronng. (2008) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- M, Emzir. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Miller, RL dan Meiners. (2000). *Teori Mikroekonomi Intermediate*, Penerjemah Haris Hunandar, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Muanas, Arif. (2014) *Perilaku Konsumen. Cet-1*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara, 2014
- Nasution. (2004). *Perceived Of Use Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Sanjaya
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Rosyidi, Suherman. (2012). *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salvatore, Dominick dan Eugene A. Diulio.(2009). *Prinsip-Prinsip Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Samuelson, Paul A. (2004) *Ilmu Makro Ekonomi, Ilmu Mikro Ekonomi Tterjemahan edisi 1* Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Setiyaningrum,, Ari, Jusuf Udaya, dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Simamora, Bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen. Cet-3*. Jakarta: PT. Gramedia.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penilaian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. (2009). *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, Oka. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*. Jakarta: Kompas

## WEB

- Ahmad Sabran, “*Ini Hasil Lengkap Survei Transportasi Online YLKI, 41 Persen Pengguna Pernah Kecewa*”, 2017, (<https://Wartakota.Tribunnews.com>) diakses tanggal 25 Maret 2018
- Ayu Prasandi, “*Beragam Kemudahan dan Keuntungan dengan Go-Pay*”, 2017 ([medan.tribunnews.com](https://medan.tribunnews.com)), diakses 29 April 2018
- Fatimah Kartini “*Berapa Jumlah Pengguna dan Pengemudi Go-Jek*”, 2017, ([www.tekno.kompas.com](http://www.tekno.kompas.com)) diakses 25 Maret 2018
- GO-JEK, “*About GO-JEK*”( [www.go-jek.com](http://www.go-jek.com)) diakses 24 Maret 2018
- Jofie Yordan, “*Go-Pay Mulai Saingi Uang Elektronik Mandiri dan BCA*”, 2017, (<https://m.kumparan.com>) diakses 26 Maret 2018
- M. Majid, “*Mengenal Fintech, Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*”, 2017, ([www.maxmanroe.com](http://www.maxmanroe.com)) diakses 25 Maret 2018

## JURNAL / TESIS

- Cahyo, W.Y.H. “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1*”. *Jurnal Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2014*

- D. Khan Dawood., Impact of Marketing Mix On Consumer Buying Behaviour in Organic Product, *International Journal of Reseach in Finance and Marketing*, Vol. 6 No. 2, 2015
- Endang Fatmawati, “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi”, Vol. 09 No.1. 2015
- Fajariah., Analisis Permintaan Jasa Ojek Oline di Kota Makassar, *Skrpsi pada Universitas Hasanuddin, Makassar, 2017.*
- FD Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5:1989, hal.320
- Fika Deningtyas dan Maya Ariyanti, “Factors Affecting The Adoption of E-Payment on Transportation Service Application Usng Modified Unified Technology of Acceptance and Use of Technology 2 Model”. *Proceedings of Academics World 64th International Conference, Putrajaya, Malaysia, 4th-5th May 2017*
- K. Rajput dan Wasif, “Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan”, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol 4, No. 4, 2012
- Karissa, Citra Hilda., Analisis Permintaan Jasa Kereta Api: Studi Kasus Kereta Api Eksekutif Harlina trex Semarang-Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria trex Semarang-Jakarta, *Skripsi pada Universitas Diponegoro, Semarang, 2011*
- Liebana Cabanillas, F., Sanchez Fernandez, J., & Mu, F., “The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks : The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN)”, *International Journal of Information Management*, 2014, hal 151–166.
- Li-Min Chuang, Chun-Chu Liu dan Hsiao-Kuang Kao, “The adoption of Fintech Service; TAM Perspective”, *International Journal of Management and Administrative Science*, Vo.3, No.07, 2015
- Moch Suhir, “Pengaruh Resiko, Kemudahan, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 8, No.1. 2014
- Mustofa Abdul Karim., Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) terhadap Intensitas

- Pengguna Layanan GO-JEK. *Skripsi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2017*
- Nadim Jahangir dan Noorjahan Begum., “The Role of Perceived usefulness, Perceived ease of use, Security and Privacy, and Customer Attitude to Engender Customer Adaptation in the Context of Electronic Banking”. *African Journal of Business Management Vol.2 (1), 2008*
- Nelwan, E. F, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah menggunakan Layanan BNI New Internet Banking dengan Menggunakan Model TAM”. *Jurnal Riset dan Managemen. 2015*
- Said Al-Gahtani. “Computer Technology Acceptance Succes Factors in Saudi Arabia: An Exploratory Study, *Journal of Global Infmation Technology Management” Vol.7 No. 1, 2004*
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmaui dan Usep Suhud, “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 Saind Indonesia (JRMSI). Vol. 6, No. 1, 2015*
- Tio Kharisma Yunanto, “Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth dan Brand Image terhadap Kepuasan Penggunaan Layanan Jasa Transportasi GO-JEK di Kota Tangerang Selatan”, *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016*
- Venkatesh, V., & Bala, H, “Technology acceptance model 3 and a research agenda on intervention”. *Decision Sciences, 39 (2), 2008*
- Venkatesh, Viswananth dan Davis, F.D., “A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: *Foor Longitudinal Field Studies” Managemen Science Vol. 46, No.2, 2000*
- Vigripat, T dan Chun , P, “An Empirical Investigation of the Relationship between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Repurchase Intention and Recommendation to Other” *International DSI Asia-Pasicif, 2007*
- Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money( Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay)”, 2016