

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel

- Suhelmi, D. (2018). Personal Selling Serta Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kesadaran dan Minat Beli Calon Nasabah Asuransi Jiwasraya di Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10(1), 25-41.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. *Buletin Studi Ekonomi*.
- Laksana, G. B. (2015). Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2).
- Alghifari, M. F., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Go-pay Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Kuswanto, T. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online pada situs jual beli tokopedia. com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 134-148.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (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*, 5(2), 127-135.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap perilaku penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Purwanto, S., Hartini, S., & Premananto, G. C. (2018). The development and testing of technology acceptance models for consumers towards the intention

to use e-wallet. In *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 88; *1st International Conference on Innovation in Research (ICIIR 2018)* (pp. 55-61). Atlantis Press.

Purwanto, S., Hartini, S., & Premananto, G. C. (2019). Understanding consumer intention to use Go-Pay: Development and testing of technology acceptance models for consumers. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 27-46.

Purwanto, S., Hartini, S., & Premananto, G. C. (2020). Narrative Online Advertising as External Variable in the Development of the Technology Acceptance Model of Go-Pay for Millennials. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 118-135.