

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. Departemen Agama Republik Indonesia. 2017.
- Adji, and Samuel. 2011. "Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap minat beli konsumen di Starbucks The Square Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 No.1.
- Al-Hanbali, Ibnu Rajab. 1429H. *Mukhtasar Jami' al-Ulum wa al-Hikam*. Riyadh : Madar al-Watan li an-Nasyr.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Cetakan ke10. Alfabeta, Bandung.
- Amijaya. 2010. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking" (Studi Pada Nasabah Bank BCA). *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Arista, Elisabeth Desi, 2011, '*Analisis pengaruh iklan, brand trust, brand image terhadap niat beli konsumen Telkom Speedy*'. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bank Indonesia. (2014). Jumlah Uang Elektronik yang Beredar. www.bi.go.id. Diakses pada 15 Mei 2015.
- Baridwan, Tjini. 2013. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking. *Skripsi*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Bastian Amanullah. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Skripsi*. Manajemen, Semarang, 2014.
- Bin Ali, Muhammad asy-Syaukani Rahimahullah, 2007, *Fathul Qadir*, (Jakarta: Pustaka Azam).
- Christian. 2011. *Membangun Minat Beli*. <http://journalsdm.blogspot.com>. Diakses tanggal 19 Desember 2012.
- Davis. Perived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology. MS Quarterly, *e-Journal*. Vol. 13.
- Dwi Mastia Harlan. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking. *Skripsi*. Akuntansi, Yogyakarta, 2014.

- Fandy Tjiptono, 2011, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Andi, Yogyakarta.
- Hasan, Ali, 2013, *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, PT Buku Seru, Jakarta.
- Hermawan, Agus, 2012, *Komunikasi pemasaran*, Jakarta, Erlanga.
- Imam Sugih Rahayu. Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Skripsi*. Perbankan Syariah, Yogyakarta, 2015.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Longgar Bhilawa. Analisis Penerimaan Mobile Banking Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Eksternal Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Skripsi*, Surakarta, 2010.
- Mahardika, A. and Basuki, R. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy*.
- Milliani. (2013). Adoption Behaviour of E-Money Usage. *Informasi Management and Business Review* Vol 5 No 7.
- Oentoro Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kesembilan, Jilid 1-2, Jakarta, Prehalindo, Penerbit LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.
- Pengertian Promosi. id.wikipedia.org (diakses pada tanggal 20 Agustus 2020).
- Priyatno, Duwi, 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.
- Profil Perusahaan Go-Jek. www.go-jek.com (diakses pada tanggal 15 April 2020).
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi* Vol. 1, No.1, 83-100.
- Sampurno, Jonathan, Allen. (2010). “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Nike Di Sports Station Tunjungan Plaza Surabaya”. *Skripsi*. Surabaya: Program Sarjana (S1) Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi Yogyakarta.

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaa A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol.2, No.1, 45 – 53.
- Sopwa, N., & Banin, Q. A. (2015). Analisis Pengaruh Perceived Harga, Kemasan dan Daya Tarik Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Rokok Djarum Super di Bumiayu. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBIMA)*. Vol. 3, No. 2, 154 - 164.
- Sugiyono, 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian, S. 2010 *Statistika Deskriptif untuk penelitian*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Taimiyah, Ibnu dan Muhammad bin Abdul Wahhab. *Majmu'ah at-Tauhid*. Beirut : Dar al-Fikr.
- Ulummuddin, Ikhya. 2011. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Konsumen Produk Notebook Hewlett Packard Di Hi Tech Mall Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Vionita, Vinnia T dan Yunita Trihapsari S. 2013. Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Beli Konsumen di Family Karaoke Keluarga. *Student Journal of Manajemen Perhotelan* - Universitas Petra.