

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Tashakkori & Charles Teddlie, *Mixed Methodologi (Mengkombinasikan Pendekatan Kualitas dan Kuantitas)*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. 2010
- Adiyanti, Arsitaika. 2015. “*Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*”. (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya)
- Amir, M Taufiq. (2005). *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Agus, Rasetyono. (2016). *Solusi atasi kemacetan*. Retrieved from riset dikti : [online]. <https://ristekdikti.go.id/kolom-opini/iptek-solusi-komprehensif-atasi-kemacetan-lalu-lintas/>
- Badan Pengatur Jalan Toll (2017). *PUPR*. [online]. : <http://bpjt.pu.go.id/>
- Basrah, Saidani. 2018. “*Analisis pengaruh Brand Awareness, Product Quality, Ease of Use pada Customer Perceived Value pada e-money mandiri E-Toll Card*”. (pengguna E-Money Mandiri E-Toll Card di wilayah JABODETABEK)
- Bank Indonesia. (2019). Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id>
- Bank Mandiri. (2019). *Mandiri E-Money*. Retrieved from Mandiri: <https://www.bankmandiri.co.id/e-money>.

- Bandung ekspress. (2014). *Smart city Bring Smart People*. [Online]:
<http://bandungekspres.co.id/2015/smart-city-bring-smart-people/>
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. (2011).). *Business research methods (11th ed.)*. New York: Mc GrawHill/Irwin.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Davis, Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology*. Management Information System Quarterly.
- Ding, C. G., & Tseng, T. H. (2015). *On the Relationships Among Brand Experience, Hedonic Emotions, and Brand Equity*. European Journal of Marketing, 28, 57-73.
- Firmansyah, F., & Susanto, E. (2017, October 31). *Hari Ini E-Toll Berlaku Serentak, 5 Kelemahannya*. Retrieved from Tempo:
<https://bisnis.tempo.co/read/1029262/hari-ini-e-toll-berlaku-serentak-5kelemahannya>.
- Getembe, K. N., Magutu, P. O., & Muro, M. B. (2013, April). *Electronic Money Transfer*
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafid, Fuad. (2019). *E-money Mandiri Catatkan Volume Transaksi Rp10,7 Triliun hingga Agustus*. Retrieved from sindonews : [online].
<https://ekbis.sindonews.com/read/1446099/178/e-money-mandiri-catatkan-volume-transaksi-rp107-triliun-hingga-agustus-1570346262>

- Hidayati, S. (2006). *Operasional E-Money*. Bank Indonesia.
- Huang, Echo. (2011). *Online Experiences and Virtual Goods Purchase Intention*. Emerald Group Publishing Limited 1066-2243, 22(3): 252-274
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi (cetakan 1)*. Indonesia: Refika Aditama.
- Istijanto. (2007). *Delapan Dimensi Kualitas Produk dan Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Forum Manajemen Prasetya Mulia, Vol.I, No.8
- Janita S. Meliala dan Amonggiri Argo Sembodo, (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Coca Cola Terhadap Loyalitas Pelanggan di Tengah Isu Kesehatan (Studi kasus pada Konsumen Coca Cola di Rancaekek Bandung)*. Jurnal Manajemen Pemasaran ISSN- 2252-3936
- Kim, W. G., Jin-Sun, B., & Kim, H. J. (2008). *Multidimensional Customer-Based Brand Equity and Its Consequences in Midpriced Hotel*. Journal of Hospitality & Tourism Research, 32(2), 235-254.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, (16th Edition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke duabelas, Jakarta: Erlangga.
- Kulviwat, S., Bruner, G. C., Kumar, A., Nasco, S. A., & Clark, T. (2007) *Toward a Unified Theory of Consumer Acceptance Technology*. *Psychology & Marketing*. 24(12), 1059–1084.

- Mandiri. (2017). *Mandiri E-Money*. Retrieved from Mandiri:
<https://www.bankmandiri.co.id/e-money>.
- Mandiri. (2013). *Mandiri E-Money*. Retrieved from Mandiri:
<https://www.bankmandiri.co.id/>
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Novis fourandi. (2016). *Perwujudan Smart Money Oleh Bank Indonesia Bagi Smart Nation Indonesia*. Retrieved from kompasiana : [online].
<https://www.kompasiana.com/novisfourandi/579e0a801197739c1a7bc1e4/perwujudan-smart-money-oleh-bank-indonesia-bagi-smart-nation-indonesia?page=all>
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset. 2013
- Purnamasari, D. (2017, October 26). *50,90% Masyarakat Khawatirkan Penggunaan Data e-Money*. Retrieved from tirto.id:
<https://tirto.id/5090masyarakat-khawatirkan-penggunaan-data-e-money-cy41>.
- Rachel, Christina. (2019). *Dampak Cashless Society terhadap Perekonomian Indonesia*. Retrieved from Kompanasia : [online].
<https://www.kompasiana.com/rachelcrst/5deb2977097f364ba2491ac2/dampak-cashless-society-terhadap-perekonomian-indonesia?page=all>
- Ramadhani, S., Andreas, dan Desmiyawati. (2015). *Pengaruh Corporate Governance Perception Index dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Akuntansi, Vol. 4, No. 1, pp. 1–17, ISSN: 2337-4314.
- Safyra, Primadhyta. (2017). *Penerapan E Toll*. Retrieved from CNN Indonesia: [online].
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171027115529-78->

251542/sudah-91-persen-jalan-tol-gunakan-uang-elektronik___[27 oktober 2017]

Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

Sudjana, N dan Ahmad Rivai. 2001. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar baru Algensindo.

Sudarso, 2016, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta: Budi Utama

Sudjana, N dan Ahmad Rivai. (2001). *Media Pengajaran Bandung*: Sinar baru Algensindo.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Indonesia: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Indonesia: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R7D)*. Indonesia: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sukmadinata, N. S. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data*. Yogyakarta: Graha. Ilmu. Syahlani, S.P. 2007

Sweeney, J. And Soutar, G. (2001). “*Consumer perceived value: the development of a multiple item scale*”. *Journal of Retailing*, Vol. 77, pp. 203-205.

Systems and Business Process Management Among Commercial Banks in Kenya.
European Scientific Journal, 9(10), 102-118.

Tashakkori, Abbas dan Charles Teddlie. *Mixed Methodology*. Yogyakarta:
Pustaka Pelajar, cet. 1, 2010.

Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Venkatesh, V., and Davis, F.D., (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*.
Management Science. Vol.46.

Zikmund, Babin., and Griffin, (2010). *Business Research Methods (8th ed)*,
Canada: SouthWestern Cengage Learning.

Zikmund, William G. dan Babin, Barry J. (2013). *Essentials of Marketing Research (5th ed.)*. South-Western Cengage Learning.