# **DAFTAR PUSTAKA**

Aaker, D. (1972). *A Measure of Brand Acceptance*. Dipetik Oktober 29, 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/aaker1972.pdf

Adams, D. A., Nelson, R., & Todd, P. A. (1992). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A replication. *Management Information Systems Research Center*. Dipetik November 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/adam%20nelson%20todd%20perceived%20use.pdf

Burhanudin, T. (2018). *OVO Gaet 9000 UKM*. Dipetik Oktober 20, 2018, dari https://marketing.co.id/ovo-gaet-9-000-ukm/

Carter, L., & Belanger, F. (n.d). The Influence of Perceived Characteristics of Innovating on e-Government Adoption. *Academic Conferenced Ltd*. Dipetik December 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/carter%20innovation.pdf

Cornescu, V., & Adam, C.-R. (2013). The Consumer Resistance Behavior towards Innovation. *Procedia Economics and Finance*. Dipetik Desember 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/RAM%20Innovation.pdf

Diana, N. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia. Dipetik Oktober 2018, dari https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/6498/SKRIPSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Donald, C. R., & Schindler, P. S. (2017). *Business Research Methods* (12th ed.). New York: McGraw-Hill International Edition.

Eka, R. (2017). *OVO dan Evolusi Layanan Pembayaran Mobile*. Dipetik Oktober 20, 2018, dari https://dailysocial.id/post/ovo-dan-evolusi-layanan-pembayaran-mobile

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Seventh ed.). Harlow.

Halaman Utama *Website* OVO (n.d). Diakses melalui <https://www.ovo.id/>, 9 Desember

2018.

Indonesia, CNN (2018). *Gandeng Grab, OVO Kini Punya 10 Juta Pengguna Aktif*. Dipetik Oktober 2018, dari https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180705164934-185-311816/gandeng-grab-ovo-kini-punya-10-juta-pengguna-aktif

Kintan, V. (n.d). *Aplikasi OVO* [Akun Pribadi], diakses 12 Desember 2018.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Library of Congress Cataloging.

Kurniyawan, M. C. (2016). Skripsi: *Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Terpaan Media terhadap Keputusan Adopsi Audiobook*. Dipetik Oktober 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/thesis%20kurniyawan%202016.pdf

Lochead, A. (2017). *Bizfluent*. Dipetik Desember 2018, dari https://bizfluent.com/facts-7292560-meaning-consumer-acceptability-.html

Logo Aplikasi OVO (n.d). *Financial Apps* OVO. Diakses melalui <https://www.ovo.id/>,

9 Desember 2018.

Pan, Q., Xia, H., & Luo, S. (2018). *A Coupled Dynamic Model of Brand Acceptance and Promotive Information Spreading*. Dipetik November 19, 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/brand%20acceptance%20qian%20haoxiang.pdf

Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Dipetik Desember 19, 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/acceptance%20pavlou.pdf

Priambada, A. (2017). Survei Daily Social: *Mayoritas Responden Optimis Alat Pembayaran Non-Tunai Bisa Menggantikan Tunai di Masa Depan*. Dipetik Oktober 2018, 20, dari https://dailysocial.id/post/survei-dailysocial-mayoritas-responden-optimis-alat-pembayaran-non-tunai-bisa-menggantikan-tunai-di-masa-depan

Purba, S. D. (n.d). *Kejenuhan Belajar Mahasiswa Kerjasama Kabupaten Landak dan Penyelesaian Tugas Akhir Universitas Pendidikan Indonesia*. Dipetik November 24, 2018, dari http://repository.upi.edu/12297/6/S\_TM\_0707343\_Chapter3.pdf

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (Third ed.). New York.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations* (4th ed.). New York.

Saeed, R., Zameer, H., Awan, I., & Ullah, I. (2014). A Study of Consumer Innovativeness and Motivations behind Adoption of Innovation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Dipetik Desember 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/rashidd%20consumer%20innovativeness.pdf

Sholahuddin. (2017). *Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Niat Mengadopsi Solopos Epaper*. Dipetik November 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/sholahuddin%202017%20karakteristik%20inovasi.pdf

Simamora, B. (2018). *Uji Asumsi Klasik*. Sebuah konten pada Bilson Simamora Learning Center. Dipetik Desember 12, 2018, melalui http://www.bilsonsimamora.com/multivariat/category/uji-asumsi-klasik/

Simamora, B. (2018). *Uji Normalitas*. Sebuah konten pada Bilson Simamora Learning Center. Dipetik Desember 12, 2018, melalui http://www.bilsonsimamora.com/multivariat/uji-normalitas/

Smith, M. (2017). *Bizfluent*. Dipetik Desember 2018, dari https://bizfluent.com/facts-7196986-consumer-acceptability-.html

Stinger, E. (2018). OVO dan Evolusi Fintech Pembayaran Non-Tunai Berbasis Gaya Hidup. Dipetik Oktober 20, 2018, dari https://evanstinger.com/ovo-dan-evolusi-fintech-pembayaran-non-tunai-berbasis-gaya-hidup/

Sugandini, D. (2007). Karakteristik Inovasi, Pengetahuan, Komunikasi Pemasaran, Persepsi Risiko dan Stockout dalam Keputusan Penundaan Adopsi Inovasi. *Prosiding Kolukium Nasional Program Doctor UGM.* Dipetik November 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/dyah\_sugandini%20PENTING%20utk%20hipotesis%20dimensi.pdf

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.* Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, W. V. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Syafina, D. C. (2018). *Ada Gurita Lippo di Balik Strategi Grab Gandeng OVO*. Dipetik Oktober 19, 2018, dari https://tirto.id/ada-gurita-lippo-di-balik-strategi-grab-gandeng-ovo-cPdN

Tornatzky, & Klein. (1982). Innovation Characteristics and Innovation Adoption-Implementation: A Meta-Analysis of Findings. *IEEE Transactions of Engineering Management*. Dipetik Oktober 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/tornatzky%20klein%201982.pdf

Uliana, D. (2012). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Purchase Intention pada Starbucks VIA*. Dipetik November 5, 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/dina%20uliana%20tentang%20inovasi%20UI.pdf

Wang, C.-C., Lo, S.-K., & Fang, W. (2008). Extending the Technology Acceptance Model to Mobile Telecommunication Innovation: The Existence o Network Externalities. *Journal of Consumer Behaviour*. Dipetik November 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/yeong%20et%20al%20innovation%202015.pdf

Wejnert, B. (2002). Integrating Models off Diffusion of Innovations: A Conceptual Framework. 249. Dipetik Desember 2018, dari file:///E:/Documents/SKRIPSI/JURNAL%20UTK%20SKRIPSI%20OVO/wejnert%202002.pdf