

DAFTAR PUSTAKA

- Andjarwati, T. (2015). Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori xy Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 45–54. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jmm17/article/view/422>
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). In *Faculty of Economics and Business > Department of Management*. <http://eprints.undip.ac.id/27924/>
- Baenanda, L. (2019). *Mengenal lebih jauh Revolusi Industri 4.0*. <https://binus.ac.id/knowledge/2019/05/mengenal-lebih-jauh-revolusi-industri-4-0/>
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 251442.
- Diandra, A. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepercayaan Produk Hijau Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Produk Perawatan Kulit Organik Herborist. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Isnawati, Y. (2018). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Mobil Suzuki Ertiga PT Duta Cemerlang Motors Semarang)*. <http://eprints.undip.ac.id/68440/>
- Kurniawan, F. (2019). *Startup Banyak Kumpul di Jawa, 52 Persen Ada di Jabodetabek*. <https://tirto.id/startup-banyak-kumpul-di-jawa-52-persen-ada-di-jabodetabek-djQh>
- Mallisa, E. I. (2017). PENGARUH KOMPETENSI KARYAWAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) [Universitas Pasundan]. In *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). *ANALISIS PENGARUH TECHNOLOGY READINESS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN TCASH DI KOTA SEMARANG*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putra, H. (2019). *INDONESIA PRODUSEN START UP NOMOR 5 DI DUNIA*.
<https://www.pkpberdikari.id/infografis/indonesia-produsen-start-up-nomor-5-di-dunia/>
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 1–15.
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Rasyid, M. F. R. (2017). *PENGARUH GREEN ADVERTISING DAN GREEN PERCEIVED QUALITY TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION (PADA MOBIL DATSUN GO+ DI JAKARTA)*. Universitas Negeri Jakarta.
- Simbolon, N. (2013). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*, 1(2), 14–19.
- 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.
<https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond ' S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3. *Ecodemica*, III(1), 311–316.