

REFERENSI

- Adinugroho, I. (2019). Analisis Indikator yang Mempengaruhi Minat Konsumen Membeli Mobil Suzuki Ertiga Pada PT. Megahputra Sejahtera Cabang Makassar di Kota Makassar. *MALA'BI: Jurnal Manajemen Ekonomi STIE Yapman Majene*, Vol. 2 No. 1, pp. 27-39
- Almaiah, Mohammed Amin., Alamri, Mahdi M., & Al-Rahmi, Waleed. (2019). Applying the UTAUT Model to Explain the Student's Acceptance of Mobile Learning System in Higher Education. *IEEE Access*, Vol. 7, pp. 174673
- Aritonang, Lerbin R. & Stefani. (2019). Intensi Membeli, Jenis Kelamin, Gender Produk, dan tujuan Konsumsi. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 24 No. 3, pp. 437-451
- Budiaji, Weksi. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, Vol. 2 No. 3, pp. 127-133
- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp. 319-340
- Davis, Fred D., Bagozzi, Richard P., & Warshaw, Paul R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol. 35 No. 8, pp. 982
- Effendi, Jannes. & Ramadhan, M Jorgi. (2018). Analisis Cluster Aplikasi pada *Google Play Store* dengan Menggunakan Metode *K-Mean*. *Prosiding Annual Research Seminar 2018*, Vol. 4 No. 1, pp. 103
- Erfina, Adhithia., Basryah, Egi Salehudin., Saepulrohman, Acep., & Lestari, Dhea. (2020). Analisis Sentimen Aplikasi Pembelajaran Online di *Play Store* Pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Algoritma *Support Vector*

- Machine (SVM). Seminar Nasional Informatika 2020*, Vol. 1 No. 1, pp. 145
- Falaahuddin, Ahbarul Aufy. & Widiartanto. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi *Mobile KAI Access*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9 No. 3, pp. 295
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hutami, Lusya Tria Hatmanti. & Septyarini, Epsilandri. (2018). Intensi Penggunaan *Electronic Wallet* Generasi Millennial Pada Tiga *Startup* “Unicorn” Indonesia berdasarkan Modifikasi TAM. *Jurnal Manajemen*, Vol. 8 No. 2, pp. 136-145
- Ispriandina, Amalia. & Sutisna, Mamun. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Mempengaruhi Intensi Kontibuitas Penggunaan *Mobile Wallet* Di Kota Bandung. [*Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*](#), Vol. 10 No. 1, pp. 1046
- Jehane, Protasius Tiberius., Soeprihanto, John., & Damanik, Janianton. (2019). Penerapan Teori *Planned Behavior* Dalam Memprediksi Intensi Berkunjung di Objek Wisata Pasar Malam, Kota Kupang. *Jurnal Tourism*, Vol 2 No. 1, pp. 39-46
- Kusubandio, Wishnutama (2020, Februari 20). Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019. Retrived on Maret 30, 2021 from https://www.kememparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1598879701_BUKU_BEKRAF_28-8-2020.pdf
- Lutfiani, Ninda., Rahardja, Untung., & Manik, Ita Sari Perbina. (2020). Peran Inkubator Bisnis Dalam Membangun Startup Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 5 No. 1, pp. 77-89

- Newzoo (2019, Desember 20). Insight into the Indonesian Games Market. Retrived on Maret 30, 2021 from <https://newzoo.com/insights/infographics/insights-into-the-indonesian-games-market/>
- Nanincova, Niken. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café and Bistro. *AGORA*, Vol. 7 No. 2
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. & Hidayah, Asmi Ayuning. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui *Celebrity Endorser*. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 4 No. 1, pp. 37
- Purwanto, Edi. & Budiman, Vicky. (2020). Applying the Technology Acceptance Model to Investigate the Intention to Use E-health: A Conceptual Framework. *Technology Reports of Kansai University*, Vol. 62, pp. 2569
- Ramadani, Marta. & Lutfillah, Novrida Qudsi. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-SPT. *Jurnal Akuntansi Kontemporer (JAKO)*, Vol. 12 No. 1, pp. 1-9
- Rohman, Isnanda Zainur & Indaryadi, Athanasius Ivan Kharisma. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Brand Loyalty*, dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Intensi Rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9 No. 2, pp. 80-91
- Sakti, Mahisa Bima., Astuti, Endang Siti., & Kertahadi. (2013). Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 1, pp. 1-10
- Statcounter (2020, Desember). Desktop vs Mobile vs Tablet Market Share in Indonesia. Retrived on Maret 30, 2021 from <https://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile-tablet/indonesia/2020>

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukma, Erlangga Andi., Hadi, Musthofa., & Nikmah, Farika. (2019). Pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Trust* Terhadap Intensi Pengguna Instagram. *Jurnal Administrasi Niaga*, Vol. 12 No. 2, pp. 112
- Tahar, Afrizal., Riyadh, Hosam Alden., Sofyani, Hafiez., & Purnomo, Wahyu Eko. (2020). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, and Intention to Use E-Filling: The Role of Technology Readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 7 No. 9, pp. 537-547
- Then, Wiliyanti. (2019). Pengaruh Minat dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Sekolah Tinggi Bahasa Harapan Bangsa. *Jurnal Cakrawala Mandiri*, Vol. 3 No. 2, pp. 1-14
- Yogatama, I Ketut Sidharta., Kharisma, Agi Putra., & Fanani, Lutfi. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemain fdalam Permainan MOBA (Studi Kasus: Mobile Legends: Bang-Bang!). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 3 No. 3, pp. 2558-2566
- Zhai, Xiaoming. & Shi, Lehong. (2020). Understanding How the Perceived Usefulness of Mobile Technology Impacts Physics Learning Achievement: a Pedagogical Perspective. *Journal of Science Education and Technology*, Vol. 29, pp. 743-757