

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2011). *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Andri Daisy Rahmad, E. S. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Aviana Nur Aineni, A. H. (2017). Eksplorasi penggunaan Mobile banking : pendekatan teknologi Acceptance Model. *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Budi Agus Riswandi. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use an User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*
- Dewantara, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap pengguna mobile banking (studi pada mahasiswa pengguna mobile banking Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang*.
- Ferrina, D. E. (2008. ). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fullah, L., & Candra, D. S. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasaah dalam Menggunakan Internet Banking BRI. *manajemen*, 1-10
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commers. *Journal of the Association for Information Systems*. 3: 27-51.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- H.M.R.S.S Gunawardana, K. D. (2015). Impact of Self Service technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Provincie in Sri Lanka. . *Gadjah Mada Internasional Journal of Business.*, 1-24.
- Hadiprajitno, P. R. (2014). alisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Accounting.*
- Kotler, P. A. (2012). *Marketing Management.* New Jersey : Prentice-Hall Published.
- Kotler, P. A. (2014). *Principles of Marketing.* England.: Pearson Education Limited,
- Lallmahamood, Muniruddeen. (2007). An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce.*
- Mahardika, W. (2010). "Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya". *Journal of Economic.*
- Peter, J. P., & Olson, J. (2000). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran.* Newyork: McGraw-Hill.
- Rachmat., M. A. (2011). Factors Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation". *Journal of Economics, Business And Accountancy Ventura .*
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan dan penggunaan sms banking. *Administrasi Bisnis*, 36-43.

- Riswandi, B. A. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sari, I. T. (2014). Analisis pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap pengguna mobile banking. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sirine, L. S. (2011). Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Niat Kewirausahaan (Studi terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Syofian, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta :Andi.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia”. *DeRaMa Jurnal Manajemen, Universitas Telkom*.
- Wilson Van Voorhis, C. a. ( 2007). Understanding Power and Rules of Thumb for determining Sample Sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*,, 43-50.
- Yulianti., M. A. (2016). “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko, Serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di Bank BRI Surabaya”. *Journal of Businesss and Banking*.

[www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id) diakses tanggal 24-02-2019

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) diakses tanggal 24-02-2019

[www.bca.co.id](http://www.bca.co.id) diakses tanggal 24-02-2019

[www.mandiri.co.id](http://www.mandiri.co.id) diakses tanggal 24-02-2019

[www.bri.co.id](http://www.bri.co.id) diakses tanggal 24-02-2019

