

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, Gilang Rizky. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/22558/>.
- Anisa.(2016). Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Bank Muamalat Indonesia Tulungagung.
- Arofa, R. I. (2016). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswi Uin Sunan Ampel Pada Produk Mode Muslim di Instagram. Skripsi.UIN Sunan Ampel Surabaya.
- A. S. Yogananda,& I. M. B. Dirgantara. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 4, PP. 116-122.
- Banjarnahor, D. (2019, oktober 19).CNBC Indonesia. Retrieved juli 06, 2021, from Dalam 8 Bulan, BRImo Raih 2,2 Juta Pelanggan: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191017114902-37-107722/dalam-8-bulan-brimo-raih-22-juta-pelanggan>.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived of Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quartely*, Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Djaali.(2014). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harlan, D. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan*. Google Cendekia, 1: 164.
- Istiarni, Panggih. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal UNY, 1.
- Jogiyanto.(2012). *Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kartikasari, I. O. (2019).Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking.
- Kurniaputra, Adria Yudi & Mochamad Nurhadi.(2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI.Vol. 8 No. 1.
- Kotler, P. D. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Mustofa, a. k. (2014).Pengaruh Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan TAM (Technology Acceptence Model) terhadap intensitas penggunaan Go-Jek.Skripsi FE UII.
- OJK.(2015). *Bijak ber-Electronik Banking*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Shinhan.B. (2017, Maret).Pengertian Internet Banking. Retrieved Juni 13, 2021, from EDUKASI: <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-internet-banking>
- Slameto.(2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suci, D. W., Raharjo, K., & Andini, R. (2017). Effect of Public Perception of Interest Using Internet Banking Service.Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pandanaran, Vol. 3 (No. 3).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulastini, N. P., & Warnika, I. G. (2014). Aplikasi TAM, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet Banking E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.
- Supendi, D. (2020, Maret 16). Harapanakyat.com. Retrieved juli 06, 2021, from Aplikasi BRI Mobile vc BRIimo, Ini Perbedaannya: <https://www.harapanakyat.com/2020/03/aplikasi-bri-mobile-vs-brimo-ini-perbedaannya/>

- Tatik Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pancaningrum, E., & Risdwiyanto, A. (2013, Juni). Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Penggunaan Situs Belanja Terhadap Belanja *Online* Yang Dimoderasi Oleh Keahlian Dan Kebutuhan Untuk Berinteraksi Bagi Pengguna Internet. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, II, 27-56.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum
- Rahmatsyah, Deni. (2011). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus E-Money kartu Flazz BCA). Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ramadhan *et al.* (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 13 No. 2.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1, 160-177.
- Venkatesh, V dan Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extention of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46 (2).
- Venny, A. R. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM). *Jurnal Psikologi*, 4(1).
- Wibowo, dkk. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 6 No.1.
- Widjana, Mahardika Aditya. (2010). Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank di Surabaya. Tesis. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Wildan, M. (2019, Desember 14). google cendikiawan. Retrieved Juli 06, 2021, from [https://scholar.google.co.id/scholar?q=Pengaruh+Persepsi+Kemudahan+Penggunaan,+Efektivitas+Dan+Risiko+Terhadap+Minat+Bertransaksi+Menggunakan+Financial+Technology+\(Fintech\)&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.co.id/scholar?q=Pengaruh+Persepsi+Kemudahan+Penggunaan,+Efektivitas+Dan+Risiko+Terhadap+Minat+Bertransaksi+Menggunakan+Financial+Technology+(Fintech)&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)

- Wisnumurti, R., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup Blackberry Messenger (Studi Pada Girls Outfit Project Shoop). *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*, 3(2).
- Wulandari, C. O. (2017). Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking.
- Yanuardinda, Cornezzia. (2014). Analisis Determinan Minat Keperilakuan Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya*.
- Yunita, N. R., Farida, U., & Sumarsono, H. (2019, April). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3, 90-105.
- Yudha, H. N. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Internet Banking Adoption.