

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir, Nurudeen., Galoji, Shehu Inuwa., Razak, Rafidah Bt Abd. (2013). *An Investigation into the Adoption of Mobile Banking in Malaysia*. American Journal of Economics 3(3).
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)*. Journal of Management Studies Vol 8, No 1, 1-11.
- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Chicago: Dorsey Press.
- Andespa, R. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 2 No. 1*.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinerka Cipta.
- Arthana, Bima Purwadika. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bni Menggunakan Bni Mobile Di Kantor Cabang Pembantu (KCP) BNI Universitas Lampung, Bandar Lampung)*. Lampung: Universitas Lmpung.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). *Past, present and future of mobile payments research: A literature review*. Electronic Commerce Research and Applications 7 (2).
- Davis, F.D. (1993). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, Vol.13, No.3, pp. 319-340.
- Deni, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Guriting, P., Ndubisi, N. (2006). *Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioral intention*. Management Research News 29 (1/2).
- Ferdinand, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Jawa Timur: Qiara Media
- Hadi, Syamsul, and Novi Novi. (2015). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING*. Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan
- Inda, T. (2018). *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technolgy*. Universita Islam Indonesia, III.
- Iriani, Annisa Fitriani. (2019). *Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*. Palopo: UIN PALOPO.
- Istiarni, P. R. D & Paulus B. H. *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)*. Semarang: Diponegoro Journal Of Accounting.
- Isttiarni, Rizki Panggih Dwi. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan mobile Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)*.
- Islamylia dan Evi Mutia. (2019). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Motivasi Spiritual Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Konsentrasi Akuntansi Syariah di Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, Vol. 1, No. 1.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta.
- Kotler, P. (2005). *Manajaemen Pemasaran. Jilid I dan II*. PT Indeks Jakarta: Gramedia
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

- Ladesman, Mario. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan. Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile*. Banking. Lampung: Skripsi.
- Laksana, Giga Bawa. Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kentor Cabang Rembang, Jawa Tengah)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.26. No. 2.
- Leiva, F. Munoz., Climent, S. Climent., Cabanillas, F. Liébana. (2016). *Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model*. Spanish Journal of Marketing 21 (1).
- Mishabuddin, I., & Hasan. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maharsi, Sri dan Fenny. (2006). *Analisa Faktor faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Internet Banking di Surabaya*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 8 No. 1.
- Mathieson. (1991). Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. *Information System Research*.
- Nasehudin, Toto Syatori & Gozali, Nanang. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nisa, Fitriana. (2017). *Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah Di Kota Depok)*. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta

- Nursari, ayu, i wayan suparta, and moelgini yoke. (2019). *Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Yang Diminta Masyarakat (M1) Dan Perekonomian*. JEP
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta.
- Pratiwi, Devy Pishelia. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan MobileBanking Dengan Dimediasi Minat Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya*. Skripsi. STIE Perbanas Surabaya.
- Puspita, Melin Chandra., Lestari, Baroroh. (2016). *Pengujian Techonology Acceptance Model Terhadap Sikap Adopsi Internet Banking Di Universitas Lampung*.
- Rahayu, Imam Sugih. (2015). *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*.
- Putu Rara Ayu Ratnaningrum, Luh. (2013). *Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kota Denpasar*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Riswandi, Budi Agus. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Romadloniyah, Alifatul Laily. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Momey Pada Bank BRI Lamongan*. Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi.
- Saputri, Dara. (2017). *Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada Pt Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang*. Lampung: UIN Raden Intan.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). *Mobile banking adoption: A literature review*. Telematics and Informatics 32 (1).

- Schiffman, G. Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behavior. USA: Pearson Education Inc.*
- Sekaran, U. (2007). *Research Method For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)* (4 ed.). Jakarta: Salemba 4.
- Setyo, dede, 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.
- Sholikhah, Fitri. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Daya Tarik Iklan, Dan Sikap Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money Bsm (Studi Pada Masyarakat Kota Surakarta)*. Skripsi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharyat, Y. (2009). *Hubungan Antara Sikap, Minat, dan Perilaku Manusia. Region, Vol. 1 No. 3*
- Susanti, Anik. 2015. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Yogyakarta: UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Suseno. (2009). *Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Karyawan PT KAI (persero) terhadap Sistem E-Ticket di Semarang : Pendekatan TAM*. Jurnal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Syifa, Lailatu. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah

Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wahyuni, S. (2017). *Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah. At-Tasawuth. Vol. II No. 2*

Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Penerbit Andi.

[www.alex.com](http://www.alex.com)

[www.klikbca.com](http://www.klikbca.com)

[www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)

[www.bni.co.id](http://www.bni.co.id)

[www.sharingvision.com](http://www.sharingvision.com)

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)



