

DAFTAR REFERENSI

- Abdila, R. (2019). Transaksi Go-pay di Luar Layanan Gojek Diklaim Tumbuh 25 Kali Lipat. Retrieved April 13, 2019, from <http://www.tribunnews.com/bisnis/2019/04/12/transaksi-go-pay-di-luar-layanan-gojek-diklaim-tumbuh-25-kali-lipat>
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Niat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen, Vol.8, No 1, April 2014*, 8(1).
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Alamanda, C. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Intensi Perilaku Melalui Persepsi Manfaat Dan Sikap Pada Sistem Informasi E-Banking. *Perbanas Institutional Repository*.
- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Niat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Fakultas Ekonomi. *Diponegoro University Institutional Repository*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei>
- Bagastia, M. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)* (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga). Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1yC44ETaoLVtEJoLZ6jYJD07j-ylneH6/view?usp=sharing>
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Niat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 16.3*, 2408–2434.
- Bank Indonesia. (n.d.). Tabel Jumlah Uang Elektronik Beredar. Retrieved March 21, 2019, from https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/jumlah_uang_elektronik.aspx

- Bank Indonesia. (n.d.). Uang Elektronik. Retrieved April 21, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness and Ease of Use of Structural Equation Modelling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, 19(2), 237–246.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D. (1993). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral. *International Journal Management Machine Studies*, 38, 475–4.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Books.
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *AIS Educator Journal*, 3(1), 27–51.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptence Model Pada Niat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*, 3(2).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, (Seventh). Pearson Prentice Hall.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Himawati, R. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking dengan Sikap sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo)*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Niat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2).
- Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Karnadjaja, C. C., Tulipa, D., & Lukito, R. S. H. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Belanja Online melalui Kepercayaan dan Sikap pada Konsumen Zalora di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA)*, 6(2).
- Kartika, S. E. (2009). *Analisis Proses Penerimaan Sistem Informasi Icons Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model Pada Karyawan Pt.Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Di Kota Semarang* (Diponegoro University). Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/18077/1/Shinta_Eka_Kartika.pdf
- Kendarto. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Dampaknya Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Kalbar dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1).
- Kim, Joo, H., & Lee, S. J. (2013). Design and Implementation of In-House Electronic Money Using Java Cards. *International Journal of Smart Home*, 7(5), 103–114.
- Kountur, R. (2008). *Manajemen Risiko Operasional : Memahami Cara Mengelola Risiko Operasional Perusahaan*. Jakarta: Pendidikan Pembinaan Manajemen (PPM).
- Kusumo, H. C. (2010). Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Kerumitan (Complexity) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Perpustakaan UNS*.
- Legris, P., Ingham, J., & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management*, 40, 191–204.
- Magdalena, R., & Baridwan, Z. (2015). The Analysis of Individuals' Behavioral Intention in Using Mobile Banking Based on TPB, TAM and Perceived Risk. *JIM FEB UB*.
- Marlina, E. (2018). Implementasi Technology Acceptance Model Dalam Aktivitas Berbelanja Online Melalui Situs Lazada.Co.Id. *JOM FISIP*, 5(1).
- Maulidiyah, S. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya* (STIE PERBANAS SURABAYA). Retrieved from <http://eprints.perbanas.ac.id/2866/>
- Mayasari, F., Kurniawati, E. P., & Nugroho, P. I. (2011). Antecedent Dan Konsekuensi Sikap Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey Pada Pengguna KlikBCA). *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan*, 1(1).

- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, E. (2008). *Sistem Informasi Manajemen : Konsep, Aplikasi dan Perkembangan*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur : Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Patara, A. P. (2016). Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Aplikasi Salatiga Mobile Library Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)(Studi Kasus : Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kota Salatiga). *Satya Wacana Institutional Repository*.
- Ramadhani, R. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan nasabah terhadap layanan Internet Banking di Semarang : Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi Indonesia*.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Setyanto, T. T. (2011). *Analisis Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking terhadap Niat Bertransaksi Ulang secara Online (Studi Kasus Nasabah BNI Semarang)*. Diponegoro.
- Shanmugam, A., Savarimuthu, M. T., & Wen, T. C. (2014). Factors Affecting Malaysian Behavioral Intention to Use Mobile Banking With Mediating Effects of Attitude. *Academic Research International*, 5(2).
- Sidharta, I., & Rahmahwati Sidh. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2).
- Singasatia, D., & Melami, M. (2018). Pengaruh Perceived Usefulness (PU) Dan Perceived Ease Of Use (PEOU) Terhadap Attitude Toward Using (ATU) Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (BITU) (Study Kasus : Pengguna Sistem Pendaftaran Online Lomba Tingkat (LT) IV Kwartir Daerah Ger. *STT Wastukencana*.
- Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suki, N. M., & Suki, N. M. (2011). Exploring the Relationship Between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Attitude and Subscribers' Intention Towards Using 3G Mobile Services. *Journal of Information Technology Management*, XXII(1).
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Surachman, A. (2008). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Perpustakaan (Sipus) Terpadu Versi 3 Di Lingkungan Universitas Gadjah Mada (UGM). *Perpustakaan Digital UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6, 144–176.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 2000 *INFORMS*, 11(4), 342–365. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/5837/c48dc665b0de393e1de3a9bc1994d5dc3f12.pdf>
- Wibowo, A. (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Universitas Budi Luhur*.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1).
- Widyastuti. (2009). Determinations Factors To Influence The Interests Of Individual Use Mobile Banking: A Combination Of Technology Acceptance Model Model(TAM) And Theory Of Planned Behavior (TPB). *International Journal of Information Management*, 20(4).
- Zaenudin, A. (2018). Selamat Datang Era Pembayaran QR Code ala Go-Jek. Retrieved July 28, 2019, from <https://tirto.id/selamat-datang-era-pembayaran-qr-code-ala-go-jek-cKhh>