

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi *et all.*, (2017). The Role of Trust in the Relationship Between Quality Factors and Customers Satisfaction in Mobile Banking: A Conceptual Framework. *Medwell Journals the Social Science* 12(4):712-718
- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan layanan *E-money*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia, 2006, *Paper Kajian E-money*, Bank Indonesia, Jakarta.
- Davis, K. (2000). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13 (5), pp. 319-339, 1989
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13 (2), 149. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i2.13406>.
- Ferdinand, A. (2016). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. In *Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/10.4304/jcp.8.2.326-333>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8.)*. Cetakan VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPF.

- Karimah, R.U. (2016). Pengaruh Reputasi Toko dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli *Online* Pada Situs Belanja Lazada.co.id Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.
- Aryani, Dwi & Rosinta, Febrina. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis & Birokrasi*; Vol 17, No 2 (2010)
- Kharismawan, I.T & Widiyanto. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akestabilas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Uang Secara *E-Banking*. *Diponegoro Journal of Management, Volume 5, No.1*.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14* (Global Edi). Person Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing an Introduction 10th Edition* (Perason). Jakarta.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian (Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) (Pertama)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahmad, A.D & Astuti, E.S. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vo.43 No.1*
- Shahnaz, N.B & Wahyono. (2015). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis. (Yeskha, Ed.) (Pertama)*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujaweni. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (1st ed)*. Yogyakarta: Andi.