

## DAFTAR PUSTAKA

- 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 Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen vol 8 no 1*, 4.
- Alkailani, M. (2016). Factor Affecting the Adoption of Internet Banking in Jordan : An Extended TAM Model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness vol 10 no 1*, 39 - 52.
- Amaliyah, Y. (2019). Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Internet Banking di BRI Kantor Cabang Purwokerto).
- Amanullah, B. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang). 4.
- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). 2.
- Azzura, S. N. (2019, Januari 9). *Uang*. Retrieved September 17, 2019, from <http://www.merdeka.com>
- Brian Dwi Saputro, Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* . *Jurnal Nominal Volume II Nomor I*, 37-38.
- Dwika Lodia Putri dan Souvya Fithrie. (2019). Pengaruh Resiko, Kemudahan, Manfaat Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking di Pekanbaru. *Ikraith Ekonomika vol 2 no 2*, 21 - 28.
- Ekadhesti, A. (2017). Identifikasi Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.
- Fitriyani, Y. (2016). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ciputat.
- Franedyaroy. (2019). Kisah Ribuan Cabang Bank : Dulu Antre, Kini Ditinggal Nasabah. [CNBC Indonesia.cnbcindonesia.com](http://CNBC Indonesia.cnbcindonesia.com)
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

- Hafid Nur Yudha, Jaka Isgiyarta. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap *Internet Banking* (Studi Pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta). *Journal of Accounting Volume 4, Nomor 4, 2*.
- Hanifa, A. (2017). Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking .
- Hettiarachchi, H. (n.d.). *Factors Affecting to Customer Adoption of Internet Banking. Departement of Commerce and Financial Management*.
- Ismoyo, P. (2012). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.
- Joni Hendra dan Ahmad Iskandar R. (2016). Aplikasi Model TAM Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kantor Bank Jatim Cabang Situbondo. *Jurnal ecobuss vol 4 nomor 1, 40-48*.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Mahardika, D. P. (2015). *Mengenal Lembaga Keuangan*. Bogor: Gramata Publishing.
- Murni, A. (2009). *Ekonomika Makro*. Bandung: Refika Aditama.
- Nasri, W. (2011). *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia. Internasional Journal Business and Management Vol 6 no. 8, 143-160*.
- Osman Demirdogen, Sukru Yaprakli, Mustafa Kemal Yilmaz, Jamaluddin Husain. (2010). *Customer Risk Perceptions of Internet Banking (A Study in Turkey). The Journal of Applied Business Research Volume 26 no 6*.
- Rahayu, Deny Damar. (2012). Pengaruh Iklan Dengan Epic Model Pada Media Televisi Terhadap Sikap Penonton. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Tahun II No . 6*
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, Usep Suhud. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol.6 no. 1, 440 - 456*.
- Smadi, M. O. (2012). *Factor Affecting Adoption of Electronic Banking : An Analysis of the Perspective of Banks' Customers. Internasional Journal Business and Social Science Vol 3 no 17, 294 - 309*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supriyono, M. (2010). *Buku Pintar Perbankan*. Bandung: Andi Yogyakarta.

Wibowo. (2014). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

sharingvision.com (diakses 1 Oktober 2019)