

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. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 1-11.
- Amri, K., & Surya, J. (2013). Kajian Perilaku Mahasiswa dalam Menggunakan Internet dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 3(1), 67-80.
- Arwani, M. (2011). Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 4(2), 159-170.
- Candraditya, H., & Idris. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1-11.
- Indrayanto, I. D., Kertahadi, & Susilo, H. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Sikap Pengguna Online Shop Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 1-8.
- Indriastti, M., & Wicaksono, R. H. (2014). Influencers E-money in Banking Sector. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 4(2), 10-17.
- Ismail, H. A. (2016). Intention to Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 1-10.
- Maharsi, S., & Mulyadi, Y. (2007). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 18-28.
- Manajemen, L. (2017). *Modul Praktikum Komputer Statistik*. Surakarta: UMS.
- Mentayani, I., Rusmanto, & Rahmiati. (2016). Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat

- Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 50-68.
- Paramita, A. V., & Mudjahidin. (2014). Analisis Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Manajemen Surat dengan Pendekatan Technology Acceptance Model pada PT.XYZ Surabaya. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 216-221.
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75-82.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-9.
- Purnama, C. A., & Widiyanto, I. (2012). Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 300-310.
- Rakhmawati, S., & Isharijadi. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 2(2), 71-84.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 131-145.
- Sigar, J. F. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kesenangan terhadap Niat Menggunakan Uang Elektronik di Manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 498-507.
- Sudarno, & Purnama, B. E. (2012). Analysis Tracking Online Payment System. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 1(10), 55-60.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.

Widyawati, N. (2008). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan. *Jurnal Ekitas*, 12, 74-96.