

Daftar Pustaka

- Abdel-Maksoud, N. F. (2018). The Relationship between Students' Satisfaction in the LMS "Acadox" and Their Perceptions of Its Usefulness, and Ease of Use. *Journal of Education and Learning*, Vol. 7(2), 186-189. doi:doi:10.5539/jel.v7n2p184
- Amin, M. S. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, Vol. 5(3), 265-268. doi:https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2014-0005
- Azwar, S. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bharti, M. (2016). Impact of Dimensions of Mobile Banking on User Satisfaction. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 21(1), 1-15. Diambil kembali dari <http://www.icommercecentral.com/open-access/impact-of-dimensions-of-mobile-banking-on-user-satisfaction.pdf>
- Bursa Efek Indonesia. (2018). *Laporan Tahunan Bursa Efek Indonesia 2018*. Jakarta: Bursa Efek Indonesia.
- Bursa Efek Indonesia. (2019). Dipetik Oktober 07, 2019, dari <https://www.idx.co.id/anggota-bursa-dan-partisipan/profil-anggota-bursa/>
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Fahmi, I. (2012). *Manajemen Investasi: Teori dan Soal Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* (11 ed.). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Hilaludin, I. H. (2014). Factors Influencing Customer Satisfaction and E-Loyalty: Online Shopping Environment Among The Young Adults. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, Vol. 2(3), 462-470. Diambil kembali dari <http://www.managementdynamics.ro/index.php/journal/article/view/71/57>
- <http://www.facsekuritas.co.id/our-profile>. (2019). Dipetik Desember 6, 2019

- Irawan, H. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan* (1 ed.). Jakarta: PT. Gramedia.
- Ismail, F. (2018). *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: KENCANA.
- Lie'bana-Cabanillas, F. F.-L.-G. (2013). The determinants of satisfaction with e-banking. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 113(5), 756-761. doi:<https://doi.org/10.1108/02635571311324188>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, M. E. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3(23), 123-128. Diambil kembali dari http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_23_December_2012/13.pdf
- Mentayani, I. (2016). Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pasa Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9(2), 66. Diambil kembali dari <https://journal.stienas-y pb.ac.id/index.php/jdeb/article/view/70/0>
- Murdiyanto, E. (2018). Pengaruh Online Trading Terhadap Kepuasan Nasabah Pt.Sucorinvest Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, Vol. 3(2), 171. doi:<http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.189>
- Pentina, I. A. (2011). Exploring effects of online shopping experiences on browser satisfaction and e-tail performance. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39(10), 742-755. doi:<https://doi.org/10.1108/09590551111162248>
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (15 ed.). London: Pearson Education.
- Rao, P. (1996). *Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis. The Asian Manager. February-March. Hal 28-32.*
- Stanton, W. J. (1998). *Prinsip Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Subagyo, V. (2011). Peran Serta Masyarakat Daerah Terhadap Perkembangan Pasar Modal Indonesia Melalui Online Trading. *Seminas Competitive*

Advantage I, Vol. 1(1), 3. Diambil kembali dari <http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/11/12>

Sukamulja, S. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*. Yogyakarta: Andi.

Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (1 ed.). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Susanto, A. R. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Youtube Dengan Pendekatan TAM (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan Tahun 2010/2011 dan 2011/2012 Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 3(1), 3.* Diambil kembali dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/119/207>

Tandon, U. K. (2016). Analysing the complexities of website functionality, perceived ease of use and perceived usefulness on customer satisfaction of online shoppers in India. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing, Vol. 7(2), 122-133.* doi:<https://doi.org/10.1504/IJEMR.2016.077118>

Tjiptono, F. d. (2012). *Pemasaran Strategik* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. d. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: Andi.

Tjokrowibowo, L. (2013). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Membangun Minat Trnsaksi Ulang (Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 12(2), 149.* Diambil kembali dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14402>

Triyono, W. (2018). Pengaruh Kemudahan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMRAH. 5. Diambil kembali dari <http://repository.umrah.ac.id/id/eprint/1318>

Umar, F. (2015). Pengaruh Kenyamanan, Kepercayaan, Dan Kelengkapan Fitur Terhadap Kepuasan Penggunaan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA di Kabupaten Purworejo). *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 11(2B), 5.* Diambil kembali dari <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/3960/3725>

Usman Hardinus, d. S. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate Untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Vidayana. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Dalam Menggunakan Sistem Perdagangan Saham Online. *Journal of Business Strategy and Execution*, Vol. 5(1), 57. Diambil kembali dari <https://journal.binus.ac.id/index.php/JBSE/article/view/459/437>