

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, B. (2014). *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Pengguna Layanan Mobile Banking ( Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang )*.
- APJII. (2017). Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia. *Iinfografis Hasil Survey*, 1–39.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 :Update PLS Regresi. *Semarang*. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Gunawan, A. (2019). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v3i2.2695>
- Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. In *Penerbit Erlangga*.
- Maghira. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay (Studi Kasus: Mahasiswa di Yogyakarta)*. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9545>
- Pavlou, P. A. (2003). *Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Purwanto, A. (2016). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Purwokerto. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan E-Banking Pada*

*PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta.*  
<https://doi.org/10.1126/science.269.5220.31>

Santoso, B. (2004). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris di Kabupaten Sragen). *Studi, Jurnal Indonesia, Akuntansi*, (1998), 1–15.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior 10th Edition.*  
<https://doi.org/10.1109/LPT.2004.842793>

Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis. In Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.*

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120.  
<https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>

Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2017). Masalah Keamanan Data Produk yang ditawarkan Biaya top-up. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay Di Jakarta)*, 1–10.

Wijaya, S. W. (2006). *Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna Dalam Menggunakan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. Prosiding Konferensi Nasional Sistem Informasi.*