

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Arista, E. D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen, 13(1), 37–45. Retrieved : <http://journal.widyamanggala.ac.id>
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Bank Indonesia.(2017). Kebijakan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah. Retrieved : www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/perekonomian/Pages/LPI_2017.aspx
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga
- Ebert Ronald J., dan Griffin Ricky W.,(2013). *Bussines Essentials*, Ninth Edition,Pearson Education,England
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Revisi Edisi). ANDI Yogyakarta.
- Kinasih & Albari. (2017). Pengaruh persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen online. *Siasat Bisnis*, 16, 25–38. Retrieved from <https://doaj.org/article/ec5e3e36dc104c1aa60116343aba1b9c>
- Kotler, P., & Keller, K. L.(2009). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran, edisi ketiga belas* (Ketiga Bel). Erlangga.
- Nasrul, A. M., Syariah, F., Hukum, D. A. N., Negeri, U. I., & Hidayatullah, S. (2014). *Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa*.Skripsi Universitas islam negeri syarif Hidayatullah Retrieved :<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/25080>
- Muhammad Fakhrl., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, ISSN: 1693-7619, 14(2), 135–143. Retrieved :

jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/viewFile/182/126

- Pratiwi, N. F. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Di Makassar. Retrieved from <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/14794>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–9. Retrieved : ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294
- Purnama, C. A. (2012). TERHADAP MINAT BELI E-TOLL CARD BANK MANDIRI (Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang), 21–26. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Retrieved : <http://eprints.undip.ac.id/36987/>
- Ramadhan, A. F., & Prasetyo, A. B. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. Retrieved from <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sekaran, U. (2015). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Weninger, J., & Laster, D. (1995). The electronic purse. *Current Issues in Economics and Finance*, 1(1), 1–6. Retrieved from https://www.newyorkfed.org/medialibrary/media/research/current_issues/ci1-1.pdf