

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, H. Maslow. 1994. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT PBP.
- Afiardi, A., Suprpto, dan Sumardi. 2009. “Deskripsi dan Identifikasi Ciri-ciri Kuantitatif Kultivar Padi Gogo Lokal Bengkulu”. *Akta Agrosia*. Vol 12. (2). pp. 137-146. (hal. 137-146).
- Akhlaq, Ather., and Ahmed, Ejaz. (2013).” The effect of motivation on trust in the acceptance of internet banking in a low income country”. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 31 No. 2. pp. 115-125
- Ali A. Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana, Banita Lal, Michael D. Williams. (2015). “Consumer adoption of Internet banking in Jordan: Examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust”. *Journal of Financial Services Marketing*. Vol. 20. (2). pp 145–157
- Amalia Setiawan, Rieska. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Penggunaan Teknologi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Persepsi Manfaat (Use Usefulness) Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Salatiga: Program Studi S1 FEBI Institut Agama Islam Negeri
- Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing:How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Anita Agustina, Dwi. 2014. *Pengaruh Word of Mouth dan Nama Merek pada Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian pada Mobil Toyota Agya di Kota Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Program Strata 1 Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian. Suatu pendekatan praktik (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Athaya Dzakiyyah, Adelia., dan Norisanti, Nor., Syamsudin, Acep. 2020. “Kekuatan Social Media dan Word Of Mouth Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoant Mie Seuhan Pisan

- (MIE SP) Sukabumi”. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. Vol. 2. (1). pp. 2656-8918
- Atika Safitri, Widya. 2016. *Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan, Kegunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap dalam Mobile Banking*. Skripsi. Surakarta: Program Studi S1 FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bakhshi, Maryam; Samizadeh, Reza (2017). “A Model for Electronic Banking Acceptance Given Customer Trust”. *IT Management Studies*. No. 19. pp. 53-74
- Bayupratama, Candra. 2017. *Pengaruh Citra Bank Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Dengan Variabel Mediasi Word Of Mouth Pada Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS
- Benamat, J., Fuller M., Serva, M., Baroudi, J. (2010). “Clarifying the integration of trust and TAM in e-commerce environments: implications for systems design and management”. *IEEE Transactions on Engineering Management*. Vol. 57 (3). pp.380-393
https://www.researchgate.net/publication/224579918_Clarifying_the_Integration_of_Trust_and_TAM_in_E-Commerce_Environments_Implications_for_Systems_Design_and_Management diakses 4 agustus 2021
- Bima Sakti, Mahisa., dan Siti Astuti, Endang., Kertahadi. 2013. “Pengaruh Persepsi pengguna Teknologi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan terhadap Minat dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Ponggok Kabupaten Blitar)”. *Jurnal Administrasi. Bisnis*. Vol. 6. (1).
- Buku, Wiki. 2017. “Sejarah Internet Indonesia e-banking”. wikibooks.org (diakses 12 Desember 2020)
- Clarke, Steve. 2009. *E-Banking Management: Issue, Sollution and Strategies*. Terjemahan Oleh Mahmood Shah. 2009 . Jakarta: Gramedia Pustaka
- Daisy Rahmad, Andri., dan Siti Astuti, Endang., Riyadi. 2017. “Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* .Vol. 43 (1)

- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *Jurnal MIS Quarterly*. Vol. 13. (5). Pp. 319-339
- Demerjian, Shawn. 2018. "Understanding Buyer Motivation: Getting More of Your Ecommerce Customers to Checkout". *Bigcommerce*. Diakses pada 5 Agustus 2021
- Erwin., dan Tumpal J. R., Sitinjak, Ir., M.M. 2017. "Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen". *Jurnal Manajemen*. Vol.13. (2). pp 1907-0896 (halam 85-191)
- Farizi, Hadyan., dan Syaefullah, MM, Ak. 2014. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan Internet Banking". *Jurnal Ilmiah*. Vol. 2. (1).
- Fatkul Anwar, Much. 2018. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)*. Skripsi. Salatiga: Program studi S1 Perbankan Syariah FEBI IAIN
- Fauzan, F., and Mudiantono, M. 2015. "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Minat Terus Sebagai Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kost Sekitar Tembalang Dalam Empat Wilayah". *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 0. (1) pp. 121-13.
- Ferdinand, A. 2000. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Fernanda Leão Ramos, Jorge Brantes Ferreira, Angilberto Sabino de Freitas, dan Juliana Werneck Rodrigues. (2018). *The Effect of Trust in the Intention to Use m-banking*
- Fitria Nurjanah, Maulida. 2019. *Pengaruh Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabh Pada BMT Amanah Sejahtera Kudus*. Skripsi. Semarang: Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
- Fitriah, Rahmi. 2019. *Hubungan Antara Tingkat Keterbukaan Pemimpin Dengan Tingkat Kepercayaan Kepada Pemimpin Pada Pegawai Indo Prima Plastik*. Skripsi. Gersik: Program Studi S1 Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Guriting Panggalih, Restu., dan Baridwan, Zaki. 2013. “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior”. *Jurnal Ilmiah*. Vol. 1. (2).
- Hair, Jr *et.al.* 2010. *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States : Pearson
- Hamalik, Oemar. 1992. “*Psikologi Belajar Mengajar*”. Bandung: Sinar Baru.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, and Dwayne D. Gremler. 2002. “Understanding Relationship Marketing Outcomes: An Integration of Relational Benefits and Relationship Quality”. *Journal of Service Research*. Vol. 4. (3). pp. 230-247
- Hidayat, Nurul. 2019. *Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung)*. Skripsi. Lampung: Program Studi S1 FEBI Universitas Islam negeri Raden Intan
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. New York: McGraw-Hill, Irwin

- Irene. 2018. "Understanding Buyer Motivation: Getting More of Your E-Commerce Customers to Checkout". *Beeketing Blog*. Diakses pada 1 Agustus 2021.
- Irfan Bagastia, Mohamad. 2018. *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)*. Skripsi. Salatiga: Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Salatiga.
- Jamis A. M., dan Galib Y. S., Musrafa A. H., Mousa D. D., Ali A. I. 2014. "The Factors Influencing Customer Usage Of Mobile Banking Service In Jordan". *International Journal Of Business*. Vol. 4. (2). pp. 2249-6920
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kamalul Ariffin, Shaizatulaqma., dan Lok Aun, Tan., Salamzadeh, Yashar. 2018. "How Personal Beliefs Influence Consumer Attitude towards Online Advertising in Malaysia: To Trust or Not to Trust?". *Global Business and Management Research: An International Journal*. Vol. 10. (1)
- Keni., dan Olivia Suherli, Wendy. 2019. "Prediksi E-Service Quality dan Trust Terhadap Kepuasan Pengguna: Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. Vol. 1. (4). pp 736-747.
- Knight, J.K. 2000. *Jantung Kuat Bernafas Lega*. Jakarta: Indonesia Publishing House. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Ditarjemahkan Bob Sabran, M.M . Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller 2012. *Marketing Management*. Edisi ke 14. Ditarjemahkan Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Managemen*. Edisi 15. Ditarjemahkan Bob Sabran, M.M. Jakarta: Earlangga.
- Krishna, G., dan Siva. 2012. "A study on e-bnaking to improve customerbase with reference to HDFC bank ltd, eluru (apindia)". *International Jurnal of Reseach and Computatuional Technology*. Vol. 4. (3). pp. 0975-5662.

- Leão Ramos, Fernanda., dan Brantes Ferreira, Jorge., Sabino de Freitas, Angilberto., Werneck Rodrigues, Juliana. 2018. "The Effect of Trust in the Intention to Use *m*-banking". *Brazilian Business Review*. Vol. 15. (2). pp. 175-191
- Lin, Long-Yi., and Lu, Ching-Yuh. 2010. "The influence of corporate image, relationship marketing, and trust on purchase intention: the moderating effects of word-of-mouth". *Tourism Reiew: Emerald Group Publishing Limited*. Vol. 65. (3). pp. 16-34
- Makarewiz, Anna. 2013. "Consumer Behavior As a Fundamental Requirement For Effective Operations Of Companies". *Journal Of International Studies*. Vol. 6. (1). pp. 103-109
- Masykuroh, Hikmatul. 2019. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Salatiga: Program Studi Stara 1 FEB Institut Agama Ilam Negeri
- Mazhar, F., dan Rizwan, M., Fiaz, U., Ishrat, S., Razzaq, M. S., & Khan, T. N. 2014. "An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan". *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, Vol.4. (2). pp. 2162-3082.
- McClelland, David C. 2009. *Entrepreneur Behavior and Characteristics of Entrepreneurs*. The Achieving Society.
- Mehmood, Sana., dan Rashid, Yair., Zaheer, Salman. 2018. "Negative Word of Mouth and Online Shopping: Examining the Role of Psychological Contract Violation, Trust and Satisfaction". *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*. Vol. 12. (3). Pp. 886-908
- Menaria, Chetan. 2020. "Using Buyer Motivation for Business Growth". *Tweak Your Biz*. Diakses pada 5 Agustus 2021
- Miftahudi, Husen. 2020. "Penggunaan Layanan Perbankan Digital Meningkatkan Pesat". Artikel-Medicom.id (diakses 12 November 2020)
- Mochlasin, M.Ag. 2018. *Consumer Behavior Perbankan Syariah*. Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga
- Morgan, Robert M., dan Shelby D. Hunt. 1994. "The Commitment-Trust Theory of Reliationship Marketing". *Journal Of Marketing*. Vol. 58. Pp. 20-38

- Naashir, Muhammad., dan Istiatin., Hartono, Sri. 2016. Paengaruh Motivai, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Deler Honda Astra Motor Palur. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol. 13. 80 -87
- Nawawi, Hadari. 1985. *Organisasi Sekolah Dan Pengelolaan Kelas*. Jakarta: Gunung Agung
- Nischay K. Upamannyu., dan Mathur, Garima. 2012. “Effect of Brand trust, Brand affect and Brand Image on customer Brand Loyalty and consumer Brand Extension attitude In FMCG Sector”. *PRiMa: Practices and Research in Marketing* . Vol. 3. (2)
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nur Hidayah, Dita. 2020. *Pengaruh E-Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Reputasi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Salatiga: Program S1 FEB Institut Agama Islam Negeri
- Nurlaeli, Ida. 2017. “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas”. *Islam Adina Jurnal Pemikiran Islam*. Vol. 13. (2). pp 75-106.
- Rahmatul Rizka, Jannah. 2020. *Pengaruh Motivasi Diri Terhadap Kepercayaan Diri Dalam Belajar matematika Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Batu*. Skripsi. Malang: Program Studi S1 FKIP Universitas Muhammadiyah
- Riadi, Muchlisin. 2017. Pengertian, Manfaat dan Elemen Word of Mouth (WOM). *Kajianpustaka.com*Kajian Pustaka. (diakses 2 Februari 2021)
- Rizal Rivai, Alimuddin., dan Prayitno Teguh, H., Cahyaningsih, Endang., Marlin, RA. 2014. “Anailisis Pengaruh Manfaat-manfaat Relasional Terhadap Kualitas Relasional Dan Konsekuensinya pada Komunikasi Word Of Mouth Positive (Poditive WOM) dan Loyalitas (Studi empiris Pada Nasabah Pinjaman Di BPR “AS” Semarang)”. *Journal Aplikasi Manajemen*. Vol. 14 (2)
- Rizki Dwi, Istiarni P., dan Paulus Basuki Hadiprajitno. 2014. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening”.

Diponegoro Journal Of Accounting. Vol. 03. (2). Pp. 2337-3806 (hal. 2).

Rizki Putri, Nofia. 2019. *Pengaruh Kemudahan Penggunaak (Usabilily) Terhadap Kepuasan Dan Dampanya PADA Loyalitas Penggunaan BCA Mobile Di Bandar Lampung*. Skripsi. BandarLampung : Program S1 FEB Universitas Lampung

Rizky Amijaya, Gilang. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi. Semarang: Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Robbins SP., dan Judge. 2007. *Perilaku organisasi*. salemba Empat. Jakarta

Rusfianto, Mizha., dan Widiartanto., Prabawani, Bulan., 2016. “Pengaruh persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi komparasi Pada Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Semarang Berdasarkan Tingkat Pendapatan)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 5. (2). pp. 136-145

Sabri, H.M. Alisuf. 2001. *Pengantar Psikologi Umum dan Perkembangan*. Jakarta: CV. Pedoman Ilmu Jaya.

Santosa, MSE. 2016. “Compromise Effect On Consumers’ Behavior”. *Journal of Indonesian Economy and Business*. Vol. 31. (3). pp. 325 – 344

Sarwono, Sarlito W., dan Eko A. Meinarno. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika

Sheshadri, Preethi., dan Sheela Rani, S., 2013. “The Influence Of Perceived Ease Of Use And Of Use And Cuntomer’s Trust In The Adoption Of E Banking”. *National Journal on Advances in Computing & Management*. Vol. 4. (2)

Sigit, soehardi. 2002. *Pemasaran praktis*. Edisi ketiga. BPFE: Yogyakarta.

Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN

Smith, R.E. and Vogt, C.A. (1995), “The effects of integrating advertising and negative word-of-mouth communications on message processing

and response”. *Journal of Consumer Psychology*. Vol. 4. (2). pp. 133-51.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Sumardy. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Syafaruddin Z., dan Suharyono., Kumadji, Srikandi. 2016. “Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech. Com)”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.3. (1). pp. 65-72.

Syamsuddin Makmum, Abin. 1996. *Psikologi Kepedendidikan, Perangkat Sistem Pengajaran Modul*. Bandung: Remaja Rosydakarya.

Ulfatun Nadlifah, Mia. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudaha Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Sikap Positif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UINSA Angkatan 2014-2016 Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah*. Skripsi. Surabaya: Program S1 FEBI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Vance, A., dan Christophe, E., Straub, D. (2008). “Examining trust in information technology artifacts: the effects of system quality and culture”. *Journal Management Information System*. Vol. 24. (4). p.73-100.

https://www.researchgate.net/publication/41220235_Examining_Trust_in_Information_Technology_Artifacts_The_Effects_of_System_Quality_and_Culture diakses pada 3 Agustus 2021

Vitta Vidya, Adhivinna, dan Pertiwi, Fita. 2013. “Pengaruh Resiko,Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)”. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (AKMENIKA)* Vol. 11. (1). pp 1978-1679 (hal. 387-466)