

DAFTAR PUSTAKA

- A Atriani, Lalu Adi Permadi, Baiq Handayani Rinuastuti. 2020. Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dompet Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora* 6(1):54-61
- Adamson,dkk. 2003. *“Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank’s Treasury. Technolgy Analysis & Strategic Management”*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.
- Al-Debei, M.M., Akroush, M.N. and Ashouri, M.I. 2015. *“Consumer attitudes towards online shopping: The effects of trust, perceived benefits, and perceived web quality”*, Vol. 25 No. 5, pp. 707-733.
- Akbar, Muhammad Ali. 2020. Pecepatan Digitalisasi Bank di Masa Pandemi Covid-19, <https://kumparan.com/4301180095aliakbar/pecepatan-digitalisasi-bank-di-masa-pandemi-covid-19-1tgBuXf4Fje/full>, Diakses pada 29 Maret 2021 pukul 20:03
- Aldhisa, Amanda S. 2017. Studi Pada Pengguna Layanan Mobile Banking Bank mandiri di Kota Bandar Lampung. Skripsi. Sarjana Administrasi Bisnis Pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Alsajjan, dkk. 2006. *“The Impact of trust on acceptance of online banking. In: European Association of Education and Research in Commercial Distribution, Brunel University, West London, United Kingdom”*.
- Amanullah. 2014. Pengaruh Persepsi manfaat, Kemudahan penggunaan, Dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang). Skripsi. Program sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Amijaya, dkk. 2010. Pengaruh Persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (Study pada Nasabah Bank BCA). Skripsi. Fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang.
- Andriyano Yaufi, Yano (2014) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus pada Nasabh CIMB NIAGA Daerah Istimewa Yogyakarta). S1 thesis, Fakultas Ekonomi.

- Ardinia Triwidyastika. 2012. Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap pada Belanja Online dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online di D'Shetwo. Volume XI, No. 1, halaman 51 – 75
- Arsita Ika Adiyanti, M. Pudjihardjo (2016) Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. Vol 3 no. 1
- Arya Nugraha, Herry Laksito. 2014. Anteseden Penerimaan Teknologi Informasi Dalam Profesi Audit Internal dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Empiris pada Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Tengah) *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 03, Nomor 02, Tahun 2014, Hlm 1-15 (ISSN) Online 2337-3806
- A. S. Yogananda, and I. M. B. Dirgantara. 2017. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, vol. 6, no. 4, pp. 116-122
- Aulia Nindy Safira Putri. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan E-Payment pada Mahasiswa di Yogyakarta.
- Bank Indonesia. 2004. Surat Edaran No.6/ 18 /DPNP Perihal : Penerapan Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking).
- Brian Dwi S. Sukirno 2013. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal / Volume II Nomor I*
- Cahyo, Wanardi Yoso Hanur (2014). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Chandra, C. 2017. Peranan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Layanan, Motivasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia).
- Daniel ,Perkins Ed-Zilla dan Annan Jonathan. 2013. *Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Manager. International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*.

- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pusat Bahasa, Cetakan Pertama edisi 4, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, halaman. 1061
- Desmayanti, E. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filing Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online dan Realtime (Kajian Empiris di Wilayah Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 1-12
- Dwi Marchelina, Raisa Pratiwi. 2016. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang), *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, hlm. 2
- Endang Fatmawati. 2015. Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'* 09 No.01
- Engel, dkk. 1995. *Consumer Behaviour, Eight Edition, The Dryjen Press, Orlado*.
- Fachruddin dan, Fadhli. 2016. Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking. Vol. 1, No. 2, Halaman 264-276
- Farizi, dkk. 2014. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. Vol 2, No 1: Semester Ganjil 2013/2014.
- Ferdinand, Augusty. 2003. Keunggulan Diferensiasif. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol. 12 (Desember). Pp. 1-15.
- GB Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara. 2015. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Dialihbahasakan oleh: Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.

- Gunawan. 2014. Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi.
- Hafid Nur Yudha Jaka Isgiyarta. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank terhadap Internet Banking Adoption (Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta) Volume 4, Nomor 4, Halaman 1
- Havelka, Douglas. 2004. *Students Beliefs and Attitudes Toward Technology. Information Systems Education Journal*. Vol 1 No. 40. December 27, 2003.
- Hermawan K. 2007. *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia
- I Tintara, NN Respati. 2020 “*The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiation on Competitive Advantage*” *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* Volume-4, Issue-12, pp-316-321
- Irmadhani. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Vol 1, No 3 (2012).
- JM Hansen, G Saridakis, V Benson. 2018. “*Risk, trust, and the interaction of perceived ease of use and behavioral control in predicting consumers' use of social media for transactions*”, *Computers in Human Behavior*
- JI Dirisu, O Iyiola, OS Ibidunni. 2013. “*Product differentiation: A tool of competitive advantage and optimal organizational performance (A study of Unilever Nigeria PLC)*” *European Scientific Journal*, edition vol.9, No.34
- Jimenez, N., San-Martin, S., & Azuela, J. I. (2016). Trust and Satisfaction: The Keys to Client Loyalty in Mobile Commerce. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 29.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto, dkk. 2009. *Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*.

- K. AnnRenninger Jessica E.BachrachaSuzanne E.Hidib. 2019. *Triggering and maintaining interest in early phases of interest development. Volume 23, Article 100260*
- K Anarjia, JZ Rante. 2019. Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sakuku PT. Bank Central Asia, Tbk KCU Cikarang. Vol 1 No 2 (2019): Jurnal SISTEM INFORMASI
- K Ayuverda, D Permana. 2020. "*Analysis of The Effects of perceived benefit and perceived ease on consumer interest in using single trip ticket of mrt jakarta and the impact on buying decision*", *Dinasti International Journal of Management Science*". Vol 2 No 1
- Koeswoyo, F., 2006. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemakai Software Akuntansi (Studi Empiris pada Perusahaan Pemakai Software Akuntansi K-System di Pulau Jawa), Tesis (Tidak diterbitkan), Magister Sains Akuntansi, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Kusuma, dkk. 2007. Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking : Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Volume 11, Nomor 2, Desember 2007.
- Lozano-Vivas, A. 2009. "*Measuring and explaining the impact of vertical product differentiation on banking efficiency*", *Managerial Finance*, Vol. 35 No. 3, pp. 246-259.
- Lucky Apriliyanti Mutholib, Herning Indriastuti, Asnawati Asnawati. 2019. Pengaruh diferensiasi produk dan aksesibilitas layanan terhadap minat beli (studi empiris pra-penggunaan kartu halo di samarinda) Vol 4, No 3
- MM, Tony Sitinjak. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay, *Jurnal Manajemen*, Vol.8 No. 2
- Muftafida, Hadayani. 2015. Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model .Muftafida Higya Aryani Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin. Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, Vol. 1, No. 2, (2016) Halaman 264-276.

- Nasri, Wadie, and Charfeddine, Lanouar. 2012. *Journal of High Technology Management Research. Factors Affecting The Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior*
- Novita,dkk. 2016. Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Niat Menggunakan Internet Banking Di Kota Denpasar. *Jurnal. E-jurnal ManajemenUmud*,Vol.5, No.3, 2016:1513-1541. ISSN: 2302-8912.
- Nursalam. (2011). *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Medika.
- Panggih Rizki Dwi Istiarni, Paulus Basuki Hadiprajitno. 2014. Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan 102 Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 03, Nomor 02, Tahun 2014, Hlm 1 (ISSN) Online 2337-3806
- P. A. Nurrahmanto, and R. Rahardja, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 0, pp. 182-193
- Perengki Susanto dan Nella Rahmi. 2013. Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Sepeda Fixie Di Kota Padan. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* Volume 2, Nomor 1
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 1*, (Jakarta: PT. salemba Empat, 2004), hlm.5
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 26 No. 1, 76-88
- Purwatiningtyas, Purwatiningtyas and Sutanto, Felix Andreas and Munawaroh, Siti (2013) *Analisa Perilaku Mahasiswa Dalam Memanfaatkan Jaringan Internet Kampus Menggunakan Model Penerimaan Teknologi (Studi Kasus Mahasiswa Unisbank)*.
- Rahmatsyah, Deni. 2011. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Flazz BCA)*. Diakses pada <http://lontar.ui.ac.id>.

- Restuti, Sri. Samsir. Yusmindar. 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru. Jurnal. Sosial Ekonomi Pembangunan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Tahun IV No.12, Juli 2014. 311-329.
- Reza Andryanto. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). Journal of Business and Banking 8 (1), 109-120
- Reza Ramadhan. 2016. Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank Syariah Mandiri Surabaya. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
- Ridwan & Akdon. 2010. Rumus dan Data Analisis Statistika. Bandung: Alfabeta
- Ridwan. 2012. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Riki Wiranata, Riadi Budiman, Pepy Anggela. 2020. Pengaruh Time Pressure, Diferensiasi Produk dan Customer Value Terhadap Penggunaan Uang Elektronik di Pontianak. Vol 4, No 2
- Rr. Fradiani Eka Yudiarti, Astrid Puspaningrum. 2018. *“The Role Of Trust As A Mediation Between The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use To Interest To Buy E-Book”* Vol 16, No 3
- Rusmin. 2017. Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi pada Pengunjung Pusat Perbelanjaan Mall Olympic Garden Malang). *Undergraduate (S1) thesis*, University of Muhammadiyah Malang.
- Saputro, Brian Dwi. 2013. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. Vol 2, No 1.
- Satria Hatma. 2016. Pengaruh Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Studi kasus pada Bank BRI Unit Salatiga).
- Sebayang. 2017. Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking. Skripsi Universitas Lampung.

- Setiawan, Rieska Amalia. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Sikap Penggunaan Teknologi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Persepsi Manfaat (usefulness) Sebagai Variabel. Other thesis, IAIN SALATIGA.
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, Usep Suhud. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-money Card (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol 6 No 1
- Sherly Rakhmawati. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. Vol 2 No 2
- Simamora dan Situmeang. 2018. Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Showroom Garuda Sibolga. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (Juripol)*. Vol. 1 No. 1
- Singgih Priambodo, Bulan Prabawani. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Palembang)
- Sri Maharsi. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Surabaya. Vol 9, No 1
- Suhartoko, Yohanes Berchman. 2020. Akankah Pandemi COVID-19 Memicu Krisis Perbankan di Indonesia? <https://nationalgeographic.grid.id/read/132258328/akankah-pandemi-covid-19-memicu-krisis-perbankan-di-indonesia?page=all>, diakses pada 29 Maret 2021 pukul 20:15
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Susanti, Anik. 2015. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile banking*. Skripsi. Fakultas Syariah dan hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Tingchi Liu, M., Brock, J.L., Cheng Shi, G., Chu, R. and Tseng, T. 2013. *"Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behaviour"*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*", Vol. 25 No. 2, pp. 225-248.
- Tingchi Liu, M., Chu, R., Wong, I.A., Angel Zúñiga, M., Meng, Y. and Pang, C. 2012. *"Exploring the relationship among affective loyalty, perceived benefits, attitude, and intention to use co-branded products"*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*", Vol. 24 No. 4, pp. 561-582.
- Tjini, Sartika SA dan Baridwan. 2012. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Vol 1, No 2
- Vankatesh, V. Morris et al. 2003. *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quartely*. Vol. 27 No. 3: Hal 425-478.
- Viswanath Venkatesh. 2000. *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model*.
- Vivi Kosalim, Thomas Sumarsan Goh, Errie Margery. 2019. *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT PAREWA AERO CATERING MEDAN*. Vol 5 No. 1
- Widjana, Mahardika Aditya. (2010). *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya*. *Thesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Widyaprabha, Esti. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pengguna Untuk Menggunakan Aplikasi Daftar Online Rumah Sakit (Studi Kasus: Rsud Gambiran Kediri)*. *Undergraduate thesis*, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Wijayanti,dkk. 2011. *Analisis Tekhnology Acceptance Model (TAM) Terhadap*

Faktor yang Mempengaruhi penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank di Depok. *Jurnal Fakultas Ekonomi Gunadarma*. Vol.4, Oktober 2011 ISSN: 1858-2559.

Winata, Melinda Putri. 2019. Pengaruh Subjective Norm, Personal Innovativeness, dan Perceived Enjoyment terhadap Intention To Use pada Alfacart di Surabaya

Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. 2015. *Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. Industrial Management & Data Systems*

Yoga Pratama, Seno Andri. 2015. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bisnis Jasa Asuransi Pada PT. Prudential Life Assurance Pekanbaru. Vol 2 No. 2

Yuniarta dan Sinarwati. 2017. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking

Y. Yulianto, A. T. Ferdinand, and H. Soesanto. 2016. "Studi Mengenai Pengaruh Tekanan Waktu Untuk Membeli, Derajat Diferensiasi Produk dan Customer Value Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Uang Elektronik (Studi pada Pengguna Uang Elektronik e-Money di Kota Semarang)," *Indonesian Journal of Marketing Science*, vol. 15, no. 3, pp. 152-167