

## DAFTAR PUSTAKA

- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). *Exploring the Use of Mobile Banking : a Technology Acceptance Model Approach Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan Technology Acceptance Model*. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86–96.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia., Profile Pengguna Internet Indonesia 2016, diakses tanggal 30 Januari 2021, dari <https://apjii.or.id/survei2017/kirimlink>
- Assuri, Sofjan. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublisher.
- Bank Mandiri. Profil Mandiri. Diakses 10 Oktober 2019, dari [www.bankmandiri.co.id/](http://www.bankmandiri.co.id/).
- CNBC Indonesia. Digital Banking, Benarkah Bank Tidak Butuh Cabang Lagi. Diakses 10 Oktober 2019, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191108163942-37-113840/digital-banking-benarkah-bank-tidak-butuh-cabang-lagi>
- DI Marketing Online Market Research In Asia., (2017). *Banking Service Usage in Indonesia*, diunduh tanggal 30 Januari 2020 dari <https://www.di-onlinesurvey.com/en/2017/04/21/banking-service-usage-inindonesia/>
- Enyia's, Jacob Out. (2019). *The law of banking in Nigeria priciples*. Nigeria: Malthose Press.
- Ferdinand, Augusty.(2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perliaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish : Semarang.
- Ghozali, H. I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gumussoy, C. A. (2016). *Factors affecting users' decision to continue using mobile banking in Turkey*. *International Journal of Mobile Communications*, 14(4), 411–430. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2016.077341>

- J.G. Runtuwuwu., Sem Oroh., R. T. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*. 2(3), 1803–1813.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. United States : Pearson Education.
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6020040>
- Kurniawati, D. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan( Studi Pada Pelanggan Kfc Cabang Kawi Malang ). 14(2), 1–9.
- Lafraxo, Y., Hadri, F., Amhal, H., & Rossafi, A. (2018). The effect of trust, perceived risk and security on the adoption of mobile banking in Morocco. *ICEIS 2018 - Proceedings of the 20th International Conference on Enterprise Information Systems*, 2(Iceis 2018), 497–502. <https://doi.org/10.5220/0006675604970502>
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Massilamany, M., & Nadarajan, D. (2017). Factors That Influencing Adoption of Internet Banking in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 12(3), 126. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n3p126>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta : PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Pengguna *Mobile Banking*. Diakses tanggal 30 Januari 2021, dari <https://media.neliti.com/media/publications/300044-analisis-pengaruh-persepsi-teknologi-dan-9127897d.pdf>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Ratnasari, R., & Aksa, M. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Rifqi, Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, Azizi. (2020). BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN : Myria Publisher.

- Riswandi, Budi Agus. (2005). *Aspek Internet Banking*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rout, Sanjay Kumar. (2019). *Mobile Banking Security*. Educreation.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. ANDI.
- Sedjati, Retina Sri. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Deepublish.
- Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Survei JakPat. Diakses tanggal 30 Januari 2021, dari <https://bisnis.tempo.co/read/1285298/internet-dan-mobile-banking-dominasi-pembayaran-belanja-online>
- Survei Pusat Data dan Analisa Tempo. Diakses tanggal 30 Januari 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta?page=all>
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statiska Infrensial*. Yogyakarta : ANDI.
- Tampubolon, N. (2015). Bijak Ber E-Banking. *Bijak Ber E-Banking*. ojk.go.id
- Tavisar, L., Prihatini, A., & Suryoko, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Mandiri Mobile Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kcp Semarang Majapahit). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 110–115.
- Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Seminar Nasional Dan Call for Paper*, 25, 671–688.

- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management – Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfacation*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Mengupas Pemsaran Strategik , branding Strategy, Customer Satisfacation, Strategi Kompetitif hingga e-marketing*. Yogyakarta : ANDI.
- Top Brand Award. Top Brand Mobile Banking. Diakses 10 Oktober 2019, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/mobile-banking/>
- Triwardhani, D. (2020). *Influence of Trust , Risk Perception and Diffusion of Innovation Dimediation Attitude towards Use of Internet Banking In Indonesia*. 27768, 27768–27777.
- Vejačka, M., & Štofa, T. (2017). Vplyv bezpečnosti a dôvery na akceptovanie elektronického bankovníctva na Slovensku. *E a M: Ekonomie a Management*, 20(4), 135–150. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2017-4-010>