

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan. 2016. *Consumer adoption of mobile banking in Jordan. Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 29 No. 1, pp. 118-139.
- Ali, H & Indarsin, T. 2017. *Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta-Indonesia. Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(11), 995-1007
- Anjar Priyono. 2022. *Faktor-Faktor Penentu Utama Adopsi Pembayaran Seluler Konsumen di Indonesia*. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* E-ISSN: 2829-7547 | Vol. 01, No. 02, 2022, pp. 186-205
<https://journal.uui.ac.id/selma/index>.
- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bankir Indonesia Ikatan. 2016. *Tata Kelola Manajemen Resiko*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Buchori & Saladin. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.
- Boon In Tan and Kam Hoe Oon. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Malaysia. International Journal of Network and Mobile Technologies* ISSN 2229-9114 Electronic Version
- Davis, et al., 2017. <http://repository.stei.ac.id/5135/3/3.%20BAB%20II.pdf>.
- Dendeng Gloria Natalia. 2022. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Adopsi Mobile Banking oleh Nasabah Bank Bri di Kota Manado*. *Jurnal Productivity*, Vol. 3 No. 6 2022 e-ISSN. 2723-011.
- Dirgantara & Yogananda. 2017. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik*. *Diponegoro Journal Of Management*. 6 (4), 1-7.
- Cudjoe. 2015. *Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghanaian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited*. *Journal of Computer and Communications*. <https://doi.org/10.4236/jcc.2015.32001>.
- Elseidi. 2016. *Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt*. *The Business and Management Review*, Vol. 7(5), p. 268–276.

- Filieri & Lin. 2015. *Factors affecting online repurchase intention. Industrial Management and Data Systems*, 114 (4). <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2013-0432>
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harish dan Sanjay. 2020. *A Framework of Mobile Banking Adoption in India. Journal of Open Innovation: Technologi Market and Complexity.*
- Husein. 2017. <http://e-journal.uajy.ac.id/25981/3/170323830%202.pdf>.
- Hutabarat. 2017. *Dasar-Dasar Pengetahuan Ergonomi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Kotler. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Marwata. 2016. <http://repository.wima.ac.id/id/eprint/18870/3/BAB%202.pdf>.
- Semuel. Setiawan.2018. <http://e-journal.uajy.ac.id/25981/3/170323830%202.pdf>.
- Ngafeeson.2015.http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/RS1_2017_1_9_60_Bab2.pdf.<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Saputro Tjokro (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Merupakan Prediktor Positif dari Niat Untuk Menggunakan DANA di Jakarta.* Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II No. 3/2020