

DAFTAR PUSTAKA

Bank BRI. (2018). “Annual Reports”, <http://www.ir-bri.com/ar.html>, diakses pada 16 Januari 2018 pukul 13:44.

Bank BCA. (2018). “Laporan Tahunan”, <https://www.bca.co.id/id/Tentang-BCA/Hubungan-Investor/Laporan-Tahunan> diakses pada 16 Januari 2018 pukul 13:50.

Bank Mandiri. (2018). “Mandiri Online”, <https://www.bankmandiri.co.id/mandiri-online>, diakses pada 24 Oktober 2018 pukul 11:14.

DATABOKS. (2018). “10 Bank dengan Aset Terbesar 2017”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/15/10-bank-dengan-aset-terbesar-2017>, diakses pada 24 Oktober 2018 Pukul 11:25.

eMarketer. (2014). “Internet to Hit 3 Billion Users in 2015 Nearly half the world's population will have regular access to the web by 2018”, <https://www.emarketer.com/Article/Internet-Hit-3-Billion-Users-2015/1011602>, diakses pada 1 Oktober 2018 pukul 14.57.

Fadhli, Muhammad. (2016). “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, hal. 264-276, Banda Aceh: University Syah Kuala.

Gravetter, Frederick J. (2016). *Statistics for the Behavioral Sciences 10th edition*. Boston: Cengage Learning.

Gunawan, Melissa. (2017). “Analisa Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Airbnb”. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, hal 212-223. Universitas Kristen Petra: Surabaya

Hawkins, Del I. (2013). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy Twelfth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Januarsyah, Rizky. (2015). "The Influence of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Attitude Toward Behavior On The Intention To Use Of Internet Banking". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 27 No. 1 Oktober 2015, hal 1-15, Universitas Brawijaya: Malang.

Kesharwani, Ankit. (2011). "The Impact of Trust and Perceived Risk on Internet Banking Adoption in India". *Internasional Journal of Bank*, Vol. 30 No. 4, 2012, hal. 303-322, Emerald Group Publishing Limited

Kinasih, Bondan Satrio. (2012). "Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online". *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 16 No. 1, Januari 2012, hal. 25-38, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Marafon, Daiane Lampugnani. (2016). "Perceived risk and intention to use internet banking: the effects of self-confidence and risk acceptance", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36 No. 2, hal. 277-289, Emerald Group Publishing Limited.

Medah, Melgiana. (2009). "E-commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan". *Partner*, tahun 16 No. 1, hal. 74-81, Kupang: Politeknik Pertanian Negeri Kupang.

Nabila, Kunti Nuron. (2016). "Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Bukalapak Pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 5, No., 4 Tahun 2016, hal. 313-324, Universitas Diponegoro: Semarang.

Neolaka, Amos. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Nugraha, Rifan Adi. (2015). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online”. *Jurnal Serambi Hukum* Vol. 08 No. 02 Agustus 2014 – Januari 2015, hal 91-102, Surakarta: Universitas Islam Batik Surakarta.

Putri, Budiarti Utami. (2018). “2017, Aset Bank Mandiri Senilai Rp 1.124,7 Triliun”, <https://bisnis.tempo.co/read/1058072/2017-aset-bank-mandiri-senilai-rp-1-1247-triliun/full&view=ok>, diakses pada 24 Oktober 2018 Pukul 11:23.

Putri, Dwika Lodia. (2018). “Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Pekanbaru”. *Jurnal Ikra-ith Ekonomika* Vol, 02 No. 2 bulan juli 2019, Jakarta: Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Rahmad, Andri Daisy. (2017). “Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43 No.1, Februari 2017, hal. 36-43, Malang: Universitas Brawijaya.

Rusfianto, Mirzha. (2016). “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 5, No. 2, Tahun 2016, hal. 136-145, Universtias Diponegoro: Semarang.

Saputra, Brian Dwi. (2013). “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”. *Jurnal Nominal* Vol. 2, Tahun 2013, hal. 36-63. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.

Schultz, Henry. (2015). “The quantitative method with special reference to economic inquiry”. *Book Series: Research in the History of Economic Thought and Methodology* Vol. 18 Part. 3, Emerald Group Publishing Limited.

Solomon, Michael R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being Twelfth Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.

Subianto, Totok. (2007). “Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ekonomi Modernisasi* Vol. 3 No. 3 Oktober 2007, hal 165-182. Universitas Merdeka: Malang.

Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Taroreh, Oktavianus. (2015). “Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado”. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.312-321, Universitas Sam Ratulangi: Manado.