

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, *Manajemen Pemasaran*, PT. Rajawali Pers, Jakarta, 2013
- Adams, D.A., R.R. Nelson & P.A. Todd. (1992). *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Teknologi: A Replication MIS Quarterly*. Hal: 227-247
- Ajzen. I., 1991 *The Theory of Planned Behavior. In: Organizational and Human Decision Process*. Amherst, MA: Elsevier. 50: 179-211.
- Ali Hasan. (2008). *Marketing*. Yogyakarta. Media Pressindo.
- Assel, Henry, 2014. *Consumer Behavioral 6th Edition*. New York: Thomson-Learning
- Azwar, Syaifuddin. 2013. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bettman, J.R. 1973. "persepsi resiko dan komponennya: model dan tes empirical" *Journey of Marketing Research*. Vol:10. pp.184-190.
- Bhatnagar, A., Sanjog Misra & H Raghav Rao. (2000). On Risk, Convenience, and Internet Shopping Behaviour. *Association for Computing Machinery. Communications of the ACM*. 43(11), 98-110
- Biro Riset Infobank (2014, Juli 08). Rating 123 Asuransi 2008 . *Majalah Infobank No.424, Juli 2014, Vol. XXXVI*.
- Chin, W.C. dan Todd, P.A 2011. Penggunaan, manfaat struktur penggunaan, model structure. Pada penelitian : A note Coution MIS Quarterly. Vol. 19 No. pp.237-246.
- Christopher Lovelock & Lorraine K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks, Indonesia*
- David, F. D. (1989). *Persepsi penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan diterimanya informasi teknologi*. MIS Quarterly. 13(3), 319-340. Doi: 10.2307/249008.
- David, F. D 1989. *Persepsi penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan diterimanya informasi teknologi*. MIS Quarterly Vol. 12 No.3. h. 319-400.
- Dharmamesta, Swastha Basa 1999. Customer loyalty: panduan konsepstual sebagai panduan bagi peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No 3, Tahun 1999.

- Duriantu (@004). Strategi Menaklukkan Pasar. PT. Grammedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Duta, Arya (2011). Menganalisis factor-faktor yang Mmembangun Siakp Terhadap produksi dan Implikasi terhdap Minat Menggunakan InternetBanking (Stusy pada Nasabah penggunaan Internet Banking PT BNI 46 Tbk Cabang Undip di Kota Semarang). Skripsi. Fakyltas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Engel, Jannas F, et.al,. 1995, Kebiasaan Konsumen, jilid 1 dan 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Farizi, Hadyan dan Syaifullan, MM.Akt 2013. "Perceived of Usefulness, perceived of easy, perceived of Risk, dan believed of use mobile banking". Jurnal Aakuntansi Universitas Brwijaya, Malng.
- Fiahbein, M. and Azjen, L (1975). Believe, Attidtude, Intention, and Behavioral: An Introducing to Theory and Researh. Addition-Westly, Boston MA.
- Gefen, D., Karahanna. E. and Straub, D.W. (1999). Trust and TAM in online shopping:An integrated model. *MIS Quarterly*. 27(1) 51–90.
- Gerungan, W.A. 2004.PsikologiSosial, PT. RefikaAditama, IKAPI, Bandung.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Guriting P, Ndubisi NO (2006) " Borneo onine banking eavaluasi pelanggan, pesepsi dan intesnitias kebiasaan". Manange. Rs. News. 29 (1/2). 6-15.
- Hadi, S, & Novi.(2012). Factor pengaruh penggunaan m-banking, 56.
- I Made Wirartha. 2015. Metode Penelitian SosialEkonomi. Yogyakarta: Andi Offset.
- J. Paul Peter, James H. Donnelly, Ir.(2011). A perfect to Marketing Managemen Twelve Edition. New York: mc Graw Hill.
- James, Bathman. (1973), *Persepsi resiko dan komponennya: model empirikal. Jurnal penelitian peemasaran*, hal 184.

- Jogianto, H.M. 2007. Sistem Informasi Keprilakuan. Yogyakarta: Andy.
- Karahana, E. & Straub, D. W. 1999. Kepercayaan dan TAM di belanja online: An integrated Model Managemen Information Sytem Quarterly:27(!):51-90.
- Kim, H, W & Gupta, S. Y. Effect of post-adoption belief on the expectation-confirmation model for information technology. Decition, support system, Vol. 43, no.1. 2007/
- Kotler, Philips and Kevin Keller, (2009). Marketer Manangemen.13th edition. New Jersey: Person International Edition.
- Lau. Gale dan Lee, S. 2002. Customer Trust in a brand and Link to Brand Loyaltu. Journal of Market focused Managemen, Vol 4, pp 314-70.
- Laurant P, and H.H Lin (@003), “ A customers Loyalty Modlefor E-service Context, “journal of Eleectronic Commersial Research, Vol, 4, No.4, pp. 156-167.
- Lutfi, Ikhwan, 2009. “Sosial Psikologi”. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN, Jakarta. Hal.1.
- Lidia Ari dan A. Yan Wellyan Toni. Putro 2008, “Analysis relevation technology factors, acceptance, tryst and Risk pada Niat Nasabah Bnak untuk menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM)”. Skripsi. Surabaya:UKWMS.
- Mehta, Abilasha, (1994;66). :bagaimana respon factor model (ARM) dapat meningkatkan efektivitas, Jurnal dan penelitian, Vol 34, p.62.
- Mubiyantoro, Ari dan Syaefullah, 2013. “Pengaruh Persepsi kegunaan, perceived ease, perceived usefulness, perceived risk dan yang dirasakan Terhadap Sikap penggunaan M-Banking”. Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.
- Naiyi, Y.E. 2004. ‘Dimensi of Consumer’s Perceived Risk in Online Shopping’. *Journal of Electronic Science and Technology of China*. Vol.2, No.3
- Nasri, Wadie dan Lanouar Charfeddine. 2012. Factors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. Journal of High Technology Management Research, Volume 23, pp 1-14
- Notoatmodjo, s.2003. Pendidikan dan Perilaku kesehatan JAKARTA: PT Rineka Cipta.

- Pavlou, P., A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Volume 7(3), pp. 69–103.
- PeterPaul dan James H.Donnelly, Jr. (2011). *A Preface To Marketing Management*. Twelfth Edition. New York: Mc Graw Hill.
- Rahma, 2011. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan *Perceived Behavioral control* terhadap intensi membeli buku referensi buku kuliah ilegal pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Islam Syarif Hidayatullah.
- Ramdhani, N., 2008. *Sikap dan Perilaku: Dinamika Psikologi Mengenai Perubahan Sikap dan Perilaku*, Universitas Gajah Mada. Available from: <http://neila.staff.ugm.ac.id/wordpress/wpcontent/uploads/2008/03/definisi.pdf>.
- Rossiter, John R, Larry Percy, 1998, *Advertising Communication and Promotion Management*, Edisi Kedua, Singapura ; McGraw-Hill.
- Saraswati, Pradita dan Baridwan, Zaki. 2012. “Penerimaan Sistem E-Comemerce: Pengaruh Kepercayaan, Manfaat yang dirasakan dan Persepsi Resiko”. *Jurnal Akuntansi*. Universitas Brawijaya Malang.
- Sarwono, S. W. 2000 *Psikologi remaja*. Edisi revisi 8. Jakarta : Raja Grafindo
- Schiffman dan Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Shafeena et al. 2009. Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty, *ABAC Journal*, Vol. 29, No.1. Januari, 24-38.
- Sihombing, Sabrina Oktoria, 2004. Disertasi Hubungan Sikap dan Perilaku Memilih Satu Merek: Komparasi antara *Theory of Planed Behavior* dan *Theory of Trying*. Universitas Gadjah mada Yogyakarta.
- Stone, R.N and Gronhaug, K. 1993. “Perceived Risk: Further Considerations for Marketing Discipline,” *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 3.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sukma, Abdurrahman Adi, 2012, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites”. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Gunadarma*.
- Thamrin, Abdullah. 2003, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Rajawali Pers.

- Tjahyono, Ayyub Willianto. Paskah Ika Nugroho (2010). *Perceived usefulness, perceived ease use terhadap penggunaan internet banking: survey pada nasabah BCA di Smearang*. Jurnal bisnis dan ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang. Pusat Pengembangan Akuntansi.
- Umar, Husein. 2008. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Venkatesh, V, & Zhang. X (2010). Unified Theory of accepted and use of technology; U.S vs China Journal of Global Information Technology Management. 13(1). 5-27.
- Wiboow, A. 2008. Kajian Tentang Perilaku Penggunaan Sistem Inforasi dengan mendekakan Teknologi Model (TAM). Program Study Sistem Informasi. Fakultas Teknologi Informasi. Universitas Budi Luhur.