**DAFTAR PUSTAKA**

Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). *Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia*. Jurnal Siasat Bisnis, *20*(1), 24–32.

Al-ajam, A. S., & Nor, K. (2013). *Internet Banking Adoption: Integrating Technology Acceptance Model and Trust*. European Journal of Business and Management, *5*(3), 207–215.

Wibowo, Arief. (2006). *Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model(TAM)*, (April 2008), 1–8.

Bangkara, R. P. & Ni Putu Sri Harta Mimba. (2016). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE PADA MINAT PENGGUNAAN INTERNET BANKING DENGAN ATTITUDE TOWARD USING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.* E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol. 16, 2408–2434.

Bank Mandiri, Perbankan, diakses tanggal 23 Oktober 2018, <https://www.bankmandiri.co.id/profil-perusahaan>

Cooper, Donald R & Pamela S Schindler (2014), *Business Research Methods*, New York: McGraw-Hill/Irwin.

Danurdoro, K., & Wulandari, D. (2016). *The Impact of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Subjective Norm , and Experie nce Toward Student ’ s Intention to Use Internet Banking*. Jesp, *8*(1), 17–22.

Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Jurnal Iqra’, *9*((01)), 1–13.

Fred D. Davis MIS. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, *13*(0), 319–340.

Ghozali, Imam & Fuad (2008), *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan program Lisrel 8.80*, Edisi ke-2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam & Latan, Hengky (2017), *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0*, Edisi ke-3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multirative dengan Program IBM SPSS*”, Cetakan VIII, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph, Rolph Anderson, Ronald Tatham and William Black (1998), *Multivariate data analysis*, Edisi 4 New Jersey: Prentice Hall.

Hidayat, A. R., & Junianto, E. (2017). *Pengaruh Gadget Terhadap Prestasi Siswa SMK Yayasan Islam Tasikmalaya Dengan Metode TAM*. Jurnal Informatika, *4*(2), 163–173.

Iskandar, Hengky & Margaretha Pink Berlianto (2018). *Analisis Pengaruh Brand Image, Perceived Price, Trust dan Value Terhadap Beahvioral Intention Pengguna Smartphone Samsung Galaxy S8*. Seminar Nasional dan Call for Paper Manajemen, Akuntansi dan Perbankkan. 33-39.

Jones, K., Leonard, L. N. K., Rottkr, J. B., Rotter, J. B., Allison, T. H., Davis, B. C., Pavlou, P. A. (2014). *Model of Trust*. International Journal of Electronic Commerce, 3(3), 709–734.

Nursiah, Nursiah (2017). *Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention To Use*. Jesik.Web.Id, *3*(2).

Kurkinen, E. (2014). *Effect of Enjoyment on Attitude and on Behavioral Intention To Use Mobile Applications When Technology Use Is Mandatory*, 1–60.

Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (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).* Jurnal Administrasi Bisnis *(JAB)*, *26*(2), 1–8.

Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). *Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka)*. System, *02*(1), 64–73.

Maharsi, S., & Mulyadi, Y. (2007). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model ( TAM )*. Akuntansi Dan Keuangan, *3*(1), 18–28.

Mobile Banking, diakses tanggal 22 Oktober 2018, <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Finance, diakses tanggal 22 Oktober 2018, <https://www.money.id/finance/> mobile-banking-kemudahan-transaksi-finansial-di-ujung-jari-anda-1605176/pengguna-mobile-banking-tumbuh-pesat.html#

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Perbankan, diakses tanggal 22 Oktober 2018, <https://bumntrack.com/perbankan/>keren-empat-bank-bumn-ini-miliki-aset-terbesar-di-indonesia

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, Tips Keuangan, diakses tanggal 22 Oktober 2018, <https://kreditgogo.com/artikel/Digital-Banking/Mengulik-Sejarah-Mobile-Banking.html>

Model Penerimaan Teknologi, diakses tanggal 23 Oktober 2018, <https://id.wikipedia.org/wiki/Model_penerimaan_teknologi>

Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). *Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intentionto Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, *11*(1), 26–31.

Perangin-angin, Widia Afriani, Agustini Dyah Respati, dan M. D. K. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Faktur*. Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen, *16*(2), 307–322.

Phua, P. L., Wong, S. L., & Abu, R. (2012). *Factors Influencing the Behavioural Intention to use the Internet as a Teaching-Learning Tool in Home Economics*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, *59*, 180–187.

Prasetya, Donny, (2012), *Asosiasi Merek dn Pengaruhnya Terhadap Respon Konsumen Pada Pengguna Sepatu Merek Adidas di Surabaya*, Journal of Business dan Banking Vol. 2, No. 2 139-154.

Purwianti, L., & Tio, K. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention.* Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha*.*, *17*(November 2017), 15–32.

Putra, B. A. P. W., Rochman, F., & Noermijati, N. (2017). *The Effect of Trust, Risk, and Web Design on Consumer Intention By Means of Consumer Attitude To Purchase Online*. Jurnal Aplikasi Manajemen, *15*(3), 472–479.

Renny, Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase.* Procedia - Social and Behavioral Sciences, 81, 212–216.

Santoso, Budi. (2010). *Pengaruh Perceived Uefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Stidu Empiris di Kabupaten Sragen)*.

Saprikis, V., & Markos, A. (2018). *Modeling Users’ Acceptance of Social Commerce.* International Journal of E-Business Research, 14(4), 28–50.

Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk (2007), *Consumer Behavior*, Edisi ke-9, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Schnall, Rebecca, Tracy Higgins, William Brown, Alex Carballo-Dieguez, & Suzanne Bakken (2017). *Trust, Perceived Risk, Perceived Ease of Use and Percieved Usefulness as Factors Related to mHealth Technology Use*. HHS Public Access, 467–471.

Shaikh, A. A., Glavee-Geo, R., & Karjaluoto, H. (2018). *How Relevant Are Risk Perceptions, Effort, and Performance Expectancy in Mobile Banking Adoption?,* International Journal of E-Business Research, *14*(2), 39–60.

Subagio, D. P. W., & Hadiwidjojo, D. (2017). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Repurchase Usefulness Dan Trust Sebagai Variabel Mediasi*, 35–44.

Suhendro. (2009). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Dalam Penggunaan Sistem Informasi Keuangan Daerah*.

Wang, W., & Liu, Y. J. (2009). *Attitude , Behavioral Intention and Usage : An Empirical Study of Taiwan Railway ’ s Internet Ticketing System*. Taiwan: National Taiwan Ocean University, *2*(2006), 72–83.

Wang, Y. D., & Emurian, H. H. (2005). *An overview of online trust: Concepts, elements, and implications*. Computers in Human Behavior, *21*(1), 105–125.

Widyapraba, E., Susanto, T. D., & Herdiyanti, A. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Untuk Menggunakan Aplikasi Daftar Online Rumah Sakit (Studi Kasus : RSUD Gambiran Kediri)*. Seminar Nasional Sistem Informasi, *3*(1), 163–172.

Zuchdi, D. (1995). Pembentukan Sikap. *Cakrawala Pendidikan*, *Nomor 3*(November 1995), 51–63.