

DAFTAR PUSTAKA

Aryandi, R. (2015). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile banking (Studi pada nasabah bank BRI di Kota Purworejo)* (Doctoral dissertation, Manajemen-FE).

Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160-177.

Nawangsari, S., & Iswah, S. N. (2019, November). Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN. In *Seminar Nasional Aptikom (Semnastik) 2019* (pp. 144-151).

Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97-108.

Natalie, T., & Listen, G. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 830-838.

Hardanto Sulad Sri. (2006). *Manajemen risiko bagi bank umum*. Jakarta: PT Elex media komputindo.

Ikbal, M. (2006). *Pelayanan yang Memuaskan*. Edisi. Pertama. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Jogiyanto, H.M. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, P., dan G. Amstrong. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8. Jakarta:

Penerbit Erlangga.

Kotler, P., dan K.L. Keller. (2003). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, P., dan K.L. Keller. (2007). Manajemen Pemasaran 2 Edisi kedua belas. Jakarta: PT Index.

Kotler, P., dan K.L. Keller. (2012). Marketing Management Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Kasmir. (2008). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kurniawan, G. (2020). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Mitra Abisatya

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Jawa Timur: Unitomo Press

Razak, M. (2016). Perilaku Konsumen. Makassar: Alauddin University Press

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.

Santioso, L., Daryatno, A. B., & Aristha, A. J. (2018). ANALISIS PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, KESIAPAN TEKNOLOGI INFORMASI, KEAMANAN DAN KERAHASIAAN TERHADAP MINAT PERILAKU PENGGUNAAN E-FILLING. *Jurnal Akuntansi*.

Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53-62.

Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi milenial di daerah istimewa yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.

Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam

Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).

Stats, V. M. Return to Article Details DETERMINASI SIKAP PENGGUNAAN DAN MINAT BELI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN) Download Download PDF.