

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifqi Nugroho., 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order secara *Online*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I., 1991, The Theory of Planned Behaviour, *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, 179-221.
- Amanullah, Bastian. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Amijaya, Gilang Rizky., 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arizona, Yogastian., 2016, “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory of Planned Behavior”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Baskara, Isnaini Putra., dan Hariyadi, Guruh Taufan. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Skripsi*. Universitas Dian Nuswantoro.
- Davis, Fred., 1989, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 319-340.
- Desmayanti, Esy. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengguna Fasilitas E-filling Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa secara Online dan Realtime. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.

- Febryana, Nury. 2015. Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Firdayanti, Restika. 2012. Persepsi Risiko Melakukan *E-commerce* dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industryal Psychology*.
- Gunawan, Andrew. 2014. Aplikasi *Technology Acceptance Model* pada Minat Nasabah untuk Menggunakan *Internet Banking*. *Journal Nominal/Volume III Nomor 2/2014*.
- Kurniawati, Wiewien., 2010, “Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Teknologi Informasi”, *Thesis*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Kusdani, Dedi., 2014. Persepsi Terhadap Sikap dan Minat Pengguna Layanan Internet pada Perusahaan Jasa Asuransi. *Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 10, Nomor 2, 97-112*.
- Nazaruddin, Ietje., dan Basuki, Agus T., 2015. *Analisis Statistik dengan SPSS*. Sleman: Dianisa Media.
- Novitasari, Rizky., 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ramadhan, Feby Rizky. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemakai Sistem Informasi Akuntansi. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sugihanti, Winna Titis., 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wajib Pajak untuk Menggunakan *E-filling*. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.

- Susanti, Anik. 2015. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Syahrani, 2008, “Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara *Online*”. *Skripsi*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Sekaran, Utami., 2009, *Research Method for Business: A Skill Building Approach*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Shomad, Andrie Cesario., 2014, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan *E-Commerce*”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Wibisono, Lisa Tamara., dan Toly, Agus Arianto. 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak dalam Menggunakan *E-filing* di Surabaya. *Journal Tax and Accounting Review, Vol.4, No.1, 2014*.
- Yutadi, Krisnu Putra., 2014, “Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Commerce*”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.