

DAFTAR PUSTAKA

Adityawarman. (2014). Jasa Marga Kesulitan Siapkan Uang Kembalian, dari <http://ekbis.sindonews.com/read/2014/03/11/34/843175/jasamarga-kesulitan-siapkan-uang-kembalian>. diambil 15 Desember 2019.

Akhmadi, M. (2017). Tinjauan Pelaksanaan Pembayaran Non Tunai pada Belanja Bantuan Sosial : Studi Kasus Program Keluarga Harapan. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 2(1), 99-114. <https://doi.org/https://doi.org/10.33105/itrev.v2i1.62>

Baridwan, Tjini. (2013). “*pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan internet banking*”.

Basu, Swasta. (2000). Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cara Menghitung Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Skripsi Kuantitatif dengan SPSS. Diakses 25 Desember 2019 dari <http://devamelodica.com/cara-menghitung-uji-validitas-dan-uji-reliabilitas-instrumen-skripsi-kuantitatif-dengan-spss/>

Hidayat ,et al. (2014). “*analisis pengaruh kualitas layanan, harga, kepercayaan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan: study pada pelanggan telkom speedy di palangkaraya*”. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 3.

Hidayati, et al. (2006). “Kajian Operasional E-Money”, Volume 11. Nomor 1.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta :Erlangga.

Maulidiyahwati. (2017). *Pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi risiko menggunakan e-commerce terhadap pembelian online*,19-22.

https://eprints.uny.ac.id/49008/1/SeptiMauludiyahwati_12808144074.pdf

McKnight et al. (2002). The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with Website: A Trusting Building Model. Vol. 2 No, May 2010.

Merulla. (2015). *Pengaruh Penerapan Uang Elektronik Sebagai E-ticketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Transjakarta*. Progam Pasca Sarjana Magister Manajemen.

Nurhadadi, Aziz, et al. (2018) “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kesetiaan konsumen”. *Jurnal Economica*, Volume 14, Nomor 1, April 2018

Nanda. (2017). *Perkembangan e-commerce di indonesia*, dari <http://www.unpas.ac.id/perkembangan-e-commerce-di-indonesia>. Diakses 15 Desember 2019.

Rofiq, Ainur. (2007). “*pengaruh dimensi kepercayaan (trust terhadap partisipasi pelanggan e-commerce study pada pelanggan e-commerce di indonesia)*”. Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, Malang.

Saparso. (2014). “*Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, kepuasan dan relationship commitment pelanggan pada industri jasa*”. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana.

Sugiyono, (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Suwarman. (2002). *Perilaku Konsumen dan Penerapan dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia,

Ujang Sumarwan. (2002). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Hal 135-136. Bogor: Ghalia Indonesia.

Waspada. (2010). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.16, No.1 Januari 2012, hlm. 122–131.