

DAFTAR PUSTAKA

- Arasu, R., & Viswanathan. (2011). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*.
- Ariskiyanor, M. (2019). *Keputusan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Menggunakan Produk Tabungan Konvensional (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2014 dan 2015 Uin Antasari Banjarmasin)*. Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Audun, J. (2007). *Trust and Reputation system. Foundations of security Analysis and Design IV*.
- Bank Indonesia. (t.t.). *Overview dan Skema Harga*. BI-FAST <https://bicara131.bi.go.id/knowledgebase/article/KA-01115/en-us>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fahlevi, A. (2022). *Pengaruh Kualitas, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Preferensi Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah dan Konvensional*. Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Indonesia, B. (t.t.). *Infrastruktur -I Bi-Fast*. nfr <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/infrastruktur/default.aspx>
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). *The influence of perceived of usefulness, perceived ease of use, and perceived security on repurchase intention at Tokopedia. Com. In 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018) (pp. 145-154)*. Atlantis Press.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium)*. Prehalindo. Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing. Principles of Marketing*.
- Norsiyono, J. A., & Nadeak, P. P. H. (t.t.). *SETETES ILMU REGRESI LINIER*. Media Nusa Creative.
- Paryati, S. (2004). *Belajar Efektif Di Perguruan Tinggi*. Simbiosis Rekatama Media.
- R. Terry, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. PT Bumi Aksara.
- Ramadhani, D. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.

Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Risky Firdaus, M. (2023). *ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN MENJADI NASABAH BANK KONVENSIONAL*.
- Santoso Singgih. (2010). *STATISTIK MULTIVIRAT*. PT Elex Media Komputindo.
- Saputri, A. (2015). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com (Studi pada Pengguna Situ Belanja Online Tokopedia.com)*. Negeri Yogyakarta.
- Saraswati. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keaman terhadap Minat Penggunaan E-Money di Kalangan Generasi Millenial (Studi pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru)*. Universitas Sumatera Utara.
- Saraswati, A. N. (Medan). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keaman terhadap Minat Penggunaan E-Money di Kalangan Generasi Millenial (Studi pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru)*. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2015a). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2015b). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Menejemen Pemasaran (konsep, strategi dan kasus)*.
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Asas-Asas Marketing*. Liberty.
- Takwin, B. (2008). *Menjadi Mahasiswa*. http://bagustakwin.multiply.com/journal/item/18/Menjadi_Mahasiswa
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Andi. Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.