

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 635–645.
- Afifah, S. Y. D. (2019). Analisis Peran BMT Permata Mobile Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Baitul Maal Wa Tamwil Permata Kota Mojokerto Berdasarkan Perspektif Maqasid Al-Shari'ah. 5–10.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Arent, Y., Aritionang, L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *J. Akunt. STIE Multi Data Palembang*, x, 1–17. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/igra/article/view/66>
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i1.644>
- Assaker, g. (2020). Age and gender differences in online travel reviews and user-generated-content (ugc) adoption: extending the technology acceptance model (TAM) with credibility theory. *Journal of hospitality marketing & management*, 29(4), 428–449. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1653807>
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal sosial dan* <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan* <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715> *Inspirasi*, 7(1), 39.
- Bakhri, S., Aunur Rofiq, & Dikril Faizun. (2022). Analisis Faktor – Faktor Penggunaan Aplikasi Mobile Dalam Meningkatkan Jasa Layanan Terhadap Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Tasharruf : Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 73–87. <https://doi.org/10.55757/tasharruf.v3i2.208>

- Bimasagti, Moch. I. S. (2022). Sistem Pelayan KSPPS Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada KSPPS BMT Rukun Abadi Perak Jombang. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Brier, J., & Lia Dwi Jayanti. (2020). Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money*. 21(1), 1–9. <http://journal.umsurabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Burge, T. (2022). *Perception: First Form of Mind*. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198871002.001.0001>
- Carin, A. A., Sund, R. ., & Lahkar, B. K. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* Yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan. *Journal of Controlled Release*, 11(2), 430–439.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D.; Bagozzi, R. P.; Warshaw, P. R. (1989), "*User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*", *Management Science*, 35 (8): 982-1003, <http://www.jstor.org/stable/2632151>
- Darista, S. M. R., & Mujilan. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO Sebagai Alat Pembayaran *E-Money*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 09, 27–37.
- Dendeng, G. N., Pio, R. J., & Sambul, S. A. P. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking oleh nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Productivity*, 3(6), 501–506.
- Elidawaty, R. (2019). Metode Penelitian. Jakarta: Rajawali Pers.
- Elvina, a., & rahmani, n. A. B. (2023). Pengaruh perceived usefulness, perceived easy of use, perceived risk, dan perceived compatibility terhadap proses keputusan nasabah menggunakan mobile banking bank syariah indonesia. 2023, 9(2).
- Erlangga, A. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436-458. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>
- Firmansyah, i. A., yasirandi, r., & utomo, r. G. (2022). The influence of efficacy, credibility, and normative pressure to m-banking adoption level in indonesia. *Procedia computer science*, 197, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.117>

- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9 (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).
- Hasanudin, A. R., Anshori, I., Setiawan, I., & Alputri, M. (2024). *The effectiveness of the implementation of Sharia principles in the digital banking industry*. Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, 9(2), 247–254. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1618>
- Hendra, J., & Iskandar, A. (2016). Aplikasi Model Tam Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking Di Kantor Bank Jatim Cabang Situbondo. Jurnal Ecobuss, 4(1), 40–48.
- Ilma, R. (2019). Implementasi Transaksi Jual Beli Di Pasar Sandang Tegalgubug Dalam Perspektif Syariah. Iai Bunga Bangsa Cirebon Tahun 2019, 1–67.
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. 2(2).
- Jannah, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Fasilitas Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah. Jurnal EKOBIS-DA, 21(1), 51–58.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *“Sistem Informasi Keperilakuan”*, Yogyakarta: ANDI.
- Kmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis, 5(1), 1–8
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Di Jawa Tengah. Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi, 12(1), 1–13.
- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). Perceived Analysis of Usefulness and Easiness Toward Behavior Intention of Using Transportation Online Application On Students of Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.58 No.2 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Kurniawan, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Terhadap Minat Penggunaan OVO. Prisma: Platform Riset Mahasiswa Akuntansi, 01(04), 18–28. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/651>
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)*.

- Magdalena, I., Septianti, N., Barlianty, L., & Farawansya, S. A. (2020). Penerapan Model Pembelajaran PAIKEM GEMBROT di Masa Pandemi Covid-19 terhadap Peningkatan Hasil Belajar Siswa di SDN Kedaung Barat IV. *EDISI*, 2(2), 348–365.
- Masitoh, N., Rosidah, E., Kurniawati, A., & Siliwangi, U. (2023). *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan (Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya*. 4(Februari), 11–16.
- Maulana, r., Iskandar, i., & Mailany, m. (2024). Pengaruh penggunaan mobile banking terhadap minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan technology accpetance model. *Cyberspace: jurnal pendidikan teknologi informasi*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Meileny, Findy dan Tri Indra Wijaksana, "Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia", *Jurnal*, Vol. 4 No. 2 (2020).
- Natalia, O., & Tesniwati, R. (2021). The Effect of Perception of Trust, Perception of Ease of Use, Perception of Benefits, Perception of Risk and Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Ningrum, R. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Noor, Z. Z. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. 113.
- Nurdin, rukma ningrum, sofyan bacmid, & abdul jalil. (2021). Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank mega syariah cabang palu. *Jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Akuntabel*, 19(1), 91–100. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>
- Permana, P. A. G. (2018). Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Sistem Informasi Bazzar Banjar. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 10(1), 1–7.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking

- (Studi kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, 8(1), 1-9.
- Prasetio, R., Iswanaji, C., & Khotijah, S. A. (2023). Pengaruh Persepsi Return, Risiko, Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 88-108.
- Prihanto, H., & Yuniati, R. (2021). Analisa Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Penerapan Mobile Banking. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak dan Informasi (JAKPI)*, <https://doi.org/10.32509/jakpi.v1i1.1347> 1(1), 98–112.
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Kita Menulis.
- Purba, Harry Chrystian, and Onan Maarakali Siregar, 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen Dan Promosi Terhadap Penggunaan Cryptocurrency Sebagai Instrumen Investasi', *Journal Of Social Research*, Vol.1 No.7 (2022), 682.
- Putri, a.f.s., & karim, n.k. 2024. Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet pada mahasiswa di kota mataram. *Jurnal risma*. Vol 4 no 3. 489-503.
- Putri, L. T., Aini, A. P. N., Solekah, N. A., & Istiqomah, D. F. (2023). Exploring ECommerce Adoption in Small and Medium Enterprises (SMEs) using the Technology Acceptance Model. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/ijbe.v5i1.16262>.
- Rahmat, T. (2019). The Influence of Perceived Ease of Use and Usefulness of The Academic Registration System on the Attitude of Using online Study Plan Card (KRS). *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 12(3), 260. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i3.15434>
- Riduwan. (2015). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri. <http://repository.uinjambi.ac.id/8557/1/502171925> Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.pdf
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *IMAGE*, 10(1), 53–62.

http://eprints.upnyk.ac.id/26571/%0Ahttp://eprints.upnyk.ac.id/26571/5/Daftar_Pustaka_141170231_Amalia_Prasetyowati.pdf

- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Dompet Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jra*, 09(05), 92–107.
- Sahroni, F., Hasanah, M., Rijal Arifin, S., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2022a). Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Flip.Id Dalam Perspektif Maqashid Syariah Dan Tinjauan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3254–3263.
- Sanjani, M. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Febi IAIN BEngkulu Menggunakan Internetbanking.
- Saputra, H., & Rekarti, E. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Security on Customer Intention to Use Mobile Banking at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk. Jakarta. *International Journal of Innovative Science* <https://www.ijisrt.com/> and Research Technology, 6(8), 44–53.
- Saputri, Linda, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Masyarakat menggunakan Fasilitas Electronic Banking Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang)*”, *Digital library*, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, (2021).
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Consumer Behaviour Eighth Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi OVO. *Jurnal Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 635-645.
- Subagio, h., & jessica, j. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, subjective norm, dan customer experience terhadap intention to use mytelkomsel (studi kasus pada mahasiswa universitas kristen petra surabaya). *Jurnal strategi pemasaran*, 7(1).
- Sugiono. (2016). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tersiana, A. (2018). Metode Penelitian. Anak Hebat Indonesia.

- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). *A model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. Decision Sciences*. Vol. 27 No. 3. 451.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1996.tb00860.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. Management science*, 46(2), 186–204.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wahjono, I. (2022). *Struktur Organisasi*. <https://bit.ly/47gn2LY>
- Widayanto. (2022). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan melalui sikap penggunaan teknologi informasi. *Jurnal pendidikan dan konseling*, 4(6), <https://telkomuniversity.ac.id>
- Wiyono, A. S., Ancok, D., & Hartono, J. (2008). Aspek Psikologis pada Implementasi Sistem Teknologi Informasi Mahasiswa Magister Chief Information Officer Sekolah Teknik Elektro dan Informatika. E-Indonesia Initiative.
- Wiyono, G. (2020). Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8 (Kedua). UPP STIM YKPN.
- Yasmin, A., & Dyki Dirbawanto, N. (2022). The Effect of Benefits, Ease of Use, Risk and Trust in Customers' Interest in Using BNI Mobile Banking (Study at Bank BNI 46 Tanjung Balai Branch Office). *Journal Of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)*, [https://doi.org/https://doi.org/10.55047/jhssb.v2i1.4062\(1\),219-224](https://doi.org/https://doi.org/10.55047/jhssb.v2i1.4062(1),219-224).
- Yudiantara, Putu Oka, and I Gst. Ngr. Jaya Agung Widagda, 'The Role Of Trust Mediating The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Decisions To Use The Link Application Users In Denpasar City', *International Journal Of Health Sciences*, 2022, 6313
- Zuliani, and Nisa Ayu Purwati. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah." *Serambi Konstruktivis* 3, no. 4 (2021): 243-49.

UNINISSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON