

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, A., Saiban, K., & Munir, M. (2022). Peran Al-Quran dan As-Sunnah Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah:Kajian, Peluang dan Tantangan Fintech Syariah. *Muslim Heritage*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.3628>
- Ananda, R., & Hayati, F. (2020a). *Variabel Belajar Kompleksi Konsep*. CV Pusdikra MJ.
- Ananda, R., & Hayati, F. (2020b). *Variabel Belajar (Kompleksi Konsep)*. CV Pusdikra MJ.
- Benuf, K., Njatrijani, R., Priyono, E. A., & Adhim, N. (2020). Pengaturan dan Pengawasan Bisnis *Financial Technology* Di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*, 11, 62.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 221–222. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Cipta Hadi, D. S., & Assegaff, S. (2022). Analisis Aplikasi *Mobile Banking* Jenius menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(4), 675–677. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.4.691>
- Crystle Rampen, D. E., & Sihotang, J. I. (2021). Analisis Penggunaan Layanan *Mobile Banking* terhadap Transaksi Pembayaran menggunakan Metode *Extended TAM*. *CogITO Smart Journal*, 7(1), 85–95. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i1.303.85-95>
- Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model* (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9, 5.
- Fikrat, I. (t.t.). Pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap Minat Nasabah *Mobile Banking* Syariah dengan Mediator Sikap Penggunaan di Kota Pariaman.
- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). *Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek*. *European Journal of Business and Management Research*, 4(5), 4. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.5.100>
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami Fatmi, E., Istiqomah Rahmatul, R., Fardani Asri, R., Sukmana Juliana, D., & Auliyah Hikmatul, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (1 ed.). CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hermanto, S. B., & Patmawati, P. (2017). Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(2), 67–81. <https://doi.org/10.9744/jak.19.2.67-81>

- Humaidi, H., Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>
- Irwan. (2017). *Etika dan Perilaku Kesehatan* (1 ed.). CV. Absolute Media.
- Jasmi, Ansori, Y., Fiscallutfi, I., & P. Hutauruk, N. (2015). *Bijak Ber-Electronic Banking*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Jay, C. (2003). *The Complexity Paradox :The More SoftwareUsed the More Difficult to USe*. Southampton.
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). *E-Jurnal Apraisi Ekonomi*, 10, hlm. 276.
- La Pade, A., & Wahyu Prayoga, J. (2023). *Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines*. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 143. [https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12\(2\).162-181](https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12(2).162-181)
- Laora, S. E., & Hidayati, T. (2021). *Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Tehadap Repurchase Intention yang dimediasi oleh Customer Trust*. *Journal Economic of Bussines*, 2.
- Laras. (2020). *Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model*.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 212. <https://doi.org/10.30659/Ekobis.19.2.203-213>
- Maharani, B. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)*.
- Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan dan *Word of Mouth* Terhadap minat Penggunaan *Mobile Banking* 2020 (Studi Kasus Nasabah BSI BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif al-Syariah:Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6, hlm. 437.
- Mardiyanti, S. (2013). Pengaruh Keyakinan dan Kepercayaan Teknologi Terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking* Di Malang: Theory of Reason Action yang Direduksi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2, 6.
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2020). *Technology Acceptance Model (TAM)*. TheoryHub Book.
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan *Mobile Banking* pada Generasi Milenial dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(02), 155. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (1 ed.). Stain Jember Press.

- Muslimah, A., Hak, N., & Shar, A. (2024). Pengaruh Harga, *Trust*, Kemudahan dan Keamanan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna *Shopee* Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 568. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1580>
- Mutinah Tutik, S., Astuti Siti, E., & Azizah Farah, D. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap *Actual Use* Teknologi Informasi dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus Pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6, 95–97.
- Nicholas, Sinaga, H., & Rezeki, S. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Teknologi, Kepercayaan Terhadap Perilaku Pengguna *Mobile Banking* dengan Mediasi Animo Transaksi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8, 737.
- Nurfi Laili, & Nastiti, D. (2021). *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-74-2>
- Nursiah, N., Ferils, Muh., & Kamarudin, J. (2022). Analisis Minat menggunakan *Mobile Banking*. *AKUNTABEL*, 19(1), 91–100. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>
- Nuryadi, Dewi Astusi, T., Sri Utami, E., & Budiantara. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian* (1 ed.). SIBUKU MEDIA.
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal FEB UNMUL*, 2.
- Nustini, Y., Ummah, M., & Samira, W. A. (2020a). *Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking* (1 Ed.). EKONISIA Yogyakarta.
- Nustini, Y., Ummah, M., & Samira, W. A. (2020b). *Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking* (1 Ed.). Ekonisia Yogyakarta.
- Nuwa, Y. C. A., & Kota, T. P. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 605–614. <https://doi.org/10.25105/Jet.V2i2.14564>
- Permana, P. A. G. (2018). *Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Implementasi Sistem Informasi Bazaar Banjar*. 10(1), 6–7.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 Ed.). Pascal Books.
- Purtri Natalia, A., Arafat, Y., N Setiyo, H., & Ariesta, W. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja Guru Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di SMK Se-Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang. *Aksara : Jurnal Ilmu Pendidikan Non Formal*, 10(1). <https://doi.org/10.37905>
- Putra, A. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk

- Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen Sunnygold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1), 196. <https://doi.org/10.22441/Jdm.V3i2.10205>
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Digital Library. <http://digilib.uinkhas.ac.id/693/>
- Rj, F. T., & Ferdinand, A. T. (T.T.). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*.
- Roby Candra Yudha, A., Rizal Amiruddin, A., Fitriani Hilmi, A., Fissilmi Kaffah, A., Nur Fauzi, F., & Dkk. (2020). *Fintech Syariah: Teori Dan Terapan* (1 Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Rohman, A. N., Sugeng, Fitriana, D., & Aidy, W. R. (2021). *Ekosistem Bisnis Dan Regulasi Fintech Syariah* (1 Ed.). CV. Pena Persada.
- Sa'diyah, R., Lestari, S., Rahmasari, D., Marhayati, N., Kusmawati, A., & Khoirotnun Nisa, P. (2018). *Peran Psikologi Untuk Masyarakat* (1 Ed.). UMJ Publishing.
- Sandi, S. A., Soedijono, B., & Nasiri, A. (2021). Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Dengan Metode TAM Pada Sistem Informasi Magang. *IT Journal Research And Development (ITJRD)*, 5, 116.
- Santoso, I., & Madiistiyanto, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial* (1 ed.). CV Saga Jawadipa.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 17.
- Sayekti, R., & Mardianto. (2019). *Perpustakaan Digital Mengukur Penerimaan Inovasi Teknologi* (1 ed.). Perdana Publishing.
- Setiawan, A., Belianti, R. A., & Wulandari, T. (t.t.). *Analisis Technology Acceptance Model terhadap perilaku pengguna mobile banking di Surakarta*.
- Setiawan, A., Belianti, R. A., & Wulandari, T. (2023). Analisis *Technology Acceptance Model* terhadap perilaku pengguna *Mobile Banking* di Surakarta. *Journal of Islamic Economics and Business Review*, 2.
- Setyono, J. (2022). *Intention to Use Islamic Mobile Banking: Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust*. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), hlm. 137. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.127-142>
- Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik dasar* (1 ed.). Uki Press.
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Solihin, D. (2020a). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku Dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 50. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

- Solihin, D. (2020b). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Online Shop* Mikylaku dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan Seni dan Teknologi*, 4(1), 10.
- Solling Hamid, R., & M Anwar, S. (2019). *Struktur Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian* (1 ed.). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (t.t.). *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*.
- Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Perbankan Syariah: Ekstensi *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7, hlm. 1853. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3.365>
- Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniaputri, M. R. (2022). Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi *Teori Technology of Acceptance Model*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 447–449. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp439-452>
- Tambunan, N., Wulandari, A. F., Pangesti, A. N., Anggraini, A., Tunnaja, S., Gita, A. D., & Rusmarhadi, I. (2023). Berita Utama Tentang *Error Service* di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Community Development Journal*, 4, 5097.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan *Modern*. *Muslim Heritage*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>
- Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *M-Banking* (Studi pada Bank BNI Cabang Gorontalo). . . *September*, 5(2).
- Ulansari, L. P. E. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (*E-Payment*). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11(2).
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce*. *Platform Riset Mahasiswa Akutansi*, 01, hlm. 87.
- Wahyuningrum, T. (2021). *Mengukur Usability Perangkat Lunak* (1 ed.). Deepublish.
- Wibowo, S. H., Wahyuddin, & Aditya Permana Angga, S. (2023). *Teknologi Digital Di Era Modern* (1 ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang. <https://zenodo.org/record/7754254>
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap *Trust*, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus Pada Pelanggan *E-Commerce* Di UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46>

- Wulandari, W., Japarianto, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Perilaku Konsumen *Mobile Banking* di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 130. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.126-132>
- Xu, J., Le, K., Deitermann, A., & Montogue, E. (2014). *How Different types of Use Develop Trust in Technology: A Qualitative Analysis of the Antecedents of Active and Passive User Trust in A Shared Technology*. *HSS Public Access*, 46(6), 1495–1530. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2014.04.012>
- Yulianingtyas, A. R. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Jaawa Tengah-DIY)*.