

DAFTAR PUSTAKA

- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86–96.
- Angner, E., & Loewenstein, G. (2007). Behavioral Economics. *Handbook of the Philosophy of Science: Philosophy of Economic*, 13, 641–690. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=957148
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Bisnis.com%2C JAKARTA - Survei,yang sebesar 275.773.901 jiwa>
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior and Marketing Action* (3rd ed.). South Western College Publishing.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Bank Indonesia. (2023). *Tabel 7. Proprietary Channel*. https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/TABEL_7.pdf
- Bank Mandiri. (2022). *Annual Reports*. Bank Mandiri. <https://www.bankmandiri.co.id/en/web/ir/annual-reports>
- Bank Syariah Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan*. Bank Syariah Indonesia. https://ir.bankbsi.co.id/annual_reports.html
- Bankole, F. O., Bankole, O. O., & Brown, I. (2011). Mobile Banking Adoption in Nigeria. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 47(2), 1–23. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2011.tb00330.x>
- BCA. (2022). *Laporan Tahunan*. BCA. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan-Tahunan>
- BNI. (2022). *Laporan Tahunan*. BNI. <https://www.bni.co.id/id-id/perseroan/hubungan-investor/laporan-presentasi>
- BPS. (2022). *Persentase Penduduk yang Memiliki/Menguasai Telepon Seluler Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah 2019-2021*. <https://www.bps.go.id/indicator/2/395/1/persentase-penduduk-yang-memiliki-menguasai-telepon-seluler-menurut-provinsi-dan-klasifikasi-daerah.html>
- BRI. (2022). *Laporan Tahunan*. BRI. <https://bri.co.id/report>

- CNBC Indonesia. (2020). *Ada Kasus Bobol Rekening Bank Via HP, Amankah Mobile Banking?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200121124812-37-131550/ada-kasus-bobol-rekening-bank-via-hp-amankah-mobile-banking>
- DataIndonesia.id. (2023). *Pengguna Smartphone Indonesia Terbesar Keempat Dunia pada 2022.* Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <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. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Devy, N. A. A., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1386–1398.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed.). UB Press.
- Ditjen Dukcapil Kemendagri. (n.d.). *No Title*. Ditjen Dukcapil Kemendagri. Retrieved August 25, 2023, from <https://dukcapil.kemendagri.go.id/page/read/122/sejarah-direktorat-jenderal-kependudukan-dan-pencatatan-sipil>
- Eriksson, K., Kerem, K., & Nilsson, D. (2008). The Adoption of Commercial Innovations in The Former Central and Eastern European Markets The Case of Internet Banking in Estonia. *International Journal of Bank Marketing*, 26(3), 154–169.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1).
- Falevy, M. I., Suryani, & Priyatno, P. D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Persepsi Mahasiswa Jabodetabek Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.345>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat, dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 172–182.
- Fitria, S., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37–48. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Fornell, C., & Bookstein, F. L. (1982). Two Structural Equation Models: LISREL and PLS Applied to Consumer Exit-Voice Theory. *Journal of Marketing Research*, 19, 440–452.
- Ghozali, I. (2014). *SEM Metode Alternatif dengan Menggunakan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.).
- Gibson, D. J. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Muslim Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (2 Cetakan). BPFE.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications. Thousand Oaks, CA, USA.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Imtihan. (2022). Pengaruh Religiusitas, Transaksi Murabahah dan Emosional Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen UNU Sumatera Barat). *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 91–100. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i1.29>
- Karomillah, M. (2015). *Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Katadata Insight Center. (2023). *Survei KIC: Nasabah Butuh Kemudahan dalam Fitur Super App Perbankan*. Katadata. <https://katadata.co.id/shabrinaparamacitra/finansial/641eb48aea599/survei-kic-nasabah-butuh-kemudahan-dalam-fitur-super-app-perbankan>
- Kemenag RI. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Agama*. Kemenag RI. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>
- Kemenkominfo. (2022). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di*

Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. Kemenkominfo.
https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker

Kenton, W. (2023). *What Is Behavioral Economics? Theories, Goals, and Applications*. Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/b/behavioraleconomics.asp>

Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522–2535. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 Jilid 2). Terjemahan Bob Sabran. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67.

Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>

Loudon, D. L., & Bitta, A. J. D. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. Mc Graw Hill.

Lubis, M. V. A., & Siregar, O. M. (2021). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat. *E-Proceeding SENRIABDI: Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 874–881.

Mentari, A. D. (2018). Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat yang Dirasakan dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi m-banking BRI Makassar Raya. *Journal of Business and Banking*, 8(1), 157–175. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1554>

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), 155–178. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>

Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal*

Ekonomi Islam, 10(1), 14–37.

- Mullainathan, S., & Thaler, R. H. (2000). Behavioral Economics. *NBER Working Paper*. <https://doi.org/10.4324/9781003357971>
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). *Layanan Digital Banking*. Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved June 26, 2023, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>
- Pratiwi, D. N., Dewi, F. P., & Ayuningtyas, V. (2022). Financial Technology (Fintech): Generasi Z dan Generasi Milenial. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4.
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 478–487. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1198>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Prihadini, N. P. (2020). *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Putra, I. G. W. S. C., & Ginting, J. A. (2022). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 306–318.
- Putri, A., Witi, A., & Seri, E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Budgeting*, 1(2), 53–62.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137–150.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Salsabila, S. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial*. Universitas Islam Negeri Maulana

Malik Ibrahim Malang.

- Salsabila, T. L., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah. *Prosiding SNAM PNJ*, 3, 1–15.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Subardi, L. (2018). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 40–51.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RD*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.
- Suharyono. (2018). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 308–327.
- Tuhin, M. K. W., Miraz, M. H., Habib, M. M., & Alam, M. M. (2022). Strengthening consumers' halal buying behaviour: role of attitude, religiosity and personal norm. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 671–687. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0220>
- Veijalainen, J., Terziyan, V., & Tirri, H. (2006). Transaction management for m-commerce at a mobile terminal. *Electronic Commerce Research and Applications*, 5(3), 229–245. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2005.10.010>
- 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>
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas*

Tadulako, 6(1), 88–96.

- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 2(1), 15–32.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.
<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 01(01), 18.
- Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 104–116.
- Yoestini, A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(01), 1–10.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130.
<https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>

