

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, N., & Afdawaiza. (2023). Determinasi Generasi Milenial Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi. *Eduonomika*, 8(1), 1–13.
- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Exploring The Use Of Mobile Banking : A Technology Acceptance Model Approach Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15, 86–96.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. New York : Open University Press.
- Al-Sharafi, M. A., Arshah, R. A., Herzallah, F., & Alajmi, Q. (2017). The Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Customers Intention to Use Online Banking Services: The Mediating Role of Perceived Trust The Continuous Use of Cloud Computing Services and Its Impact On SMEs Performance View project. *International Journal of Innovative Computing*, 7(1), 9–14. <http://se.fsksm.utm.my/ijic/index.php/ijic>
- Andarwati, S. R., & Sankarto, B. S. (2005). Pemenuhan kepuasan penggunaan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 14(1), 10–17.
- Annisa, A., & Rura, Y. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat , Kemudahan Penggunaan , dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Kontemporer*. 16(2), 133–144.
- Astria, N., & Wadiniwaty, R. (2021). Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-Commerce. 1(1), 31–42.
- Attaqi, M., Suryono, A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Impresi Indonesia (JII)*, 1(6), 694–700.
- Caturtami, C. Y., & Sumaryanti, I. U. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Kecemasan Sosial pada Mahasiswa di Kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 7(2), 300–304. <http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.28321>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*., 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>

- Dewi, H.Chalil, & H.Syamsulbahri. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt . Mandala Multi Finance. *Ilmu Manajemen*, 3(2), 151–158.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinandu, K., & Stevanus, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang dirasakan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Intensitas Pembelian. 2.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati & Porter, Dawn C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Habibi, M., & Zaky, A. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1–16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1567>
- Hadi, S., & Novi. (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>
- Heksawan Rahmadi, & Malik, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 3(1), 127–128.
- Jogiyanto, 2007, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Kristianti, M., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. *Garuda*, 11(1), 65.

- Kurniyawati, E., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal Baabu Al Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142–152.
- Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- Latif, C. S. (2017). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4163>
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). Model of Trust Theory. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Melasari, C., Suroso, A., & Banani, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk, Dan Financial Risk Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat. *Performance*, 25(1), 11–23.
- Nugroho, H., Suhud, U., & Rochayati. (2016). Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model (Tam) Dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa Di Jakarta Untuk Menggunakan. *Communication Studies*, 5, 45–64.
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1).
- Pradini, T. K., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *10*(10), 82–872.
- Patrik, J., & Lady. (2022). Faktor yang Mempengaruhi untuk Menggunakan Mobile Banking dari Internet Banking Terhadap Penggunaan Konsumen Perbankan di Indonesia Abstrak. *SEIKO: Journal of Management & Busines*, 5(c), 284–299. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1575>

Ratu, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Puri- Jakarta Barat). *STEI Ekonomi*, 20(20), 1–21.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.

Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Syariah Paper Accounting FEB-UMS*, 671–688.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

Yunita, M., & Ilhami, M. D. (2019). Pengaruh Trust terhadap Komitmen Pelanggan dalam Membeli suatu Produk (studi kasus Surya Bakery Kebun Tebeng Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam*, Vol.18. No.1 ISSN:1412-2022. AL-QASHDU

annual report bankbsi.co.id diakses pada 12 Februari 2022 pukul 11.22 WIB

bankbsi.co.id diakses pada 12 Februari 2022 pukul 11.00 WIB

bps.co.id diakses pada 5 juli 2024 pukul 13.20 WIB

databoks.katadata.co.id diakses pada 12 Februari 2022 pukul 10.33 WIB

kompas.com diakses pada 13 Februari 2022 pukul 10.00 WIB

populix.co.id diakses pada 25 Februari 2022 pukul 15.25 WIB

republika.co.id diakses pada 18 september 2024 pukul 23.00

worldpopulationreview.com diakses pada 12 Februari 2022 pukul 10.30 WIB