

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, I. G. B. P. (2018). Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(3), 135–153.
- Adzima, F., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pada Nasabah Bank BRI Purwakarta. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Ahmadi Danyali, A. (2018). Factors Influencing Customers' Change of Behaviors From Online Banking to Mobile Banking in Tejarat Bank, Iran. *Journal of Organizational Change Management*, 31(6), 1226–1233.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P. P., & Williams, M. D. (2016). Consumer Adoption of Mobile Banking in Jordan. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis pengaruh label halal, brand dan harga terhadap keputusan pembelian di Kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118–141.
- 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), 25–29.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Laporan Keuangan Triwulan III Tahun 2021 Bank Syariah Indonesia (BSI)*. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/reports?type=triwulan>
- Chiu, J. L., Bool, N. C., & Chiu, C. L. (2017). Challenges and Factors Influencing Initial Trust and Behavioral Intention to Use Mobile Banking Services in The Philippines. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 246–278.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Deameta, A. F. (2019). Prediksi Intensi Perilaku Terhadap Penggunaan Mobile Banking Menggunakan The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Trust dan Network Externalities. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 3(2), 205–218.
- Dehghan, A., Arjomand, P., Nayyeri, A., & Tabatabaey, M. (2012). Offering a Conceptual Model of Technology Acceptance In e-Banking Based On The Customers' Satisfaction and Trust. In *Computer Science and Convergence* (pp. 415–424). Springer.
- Dewi, S., Sabri, S., & Winata, V. P. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

- Payakumbuh. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 2(2), 203–210.
- Dhingra, M., & Mudgal, R. K. (2019). Applications of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use: A Review. *2019 8th International Conference System Modeling and Advancement in Research Trends (SMART)*, 293–298.
- Dinawan, M. R. (2010). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO*.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*.
- Finanda, I. R., & Wiwaha, A. (2018). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Miloff Beauty Bar. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(2), 134–140.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). Deepublish.
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiri* (2nd ed.). Badan Penerbit Undip.
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors Influencing Adoption of Payments Banks by Indian Customers: Extending UTAUT with Perceived Credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55–65.
- Haider, M. J., Changchun, G., Akram, T., & Hussain, S. T. (2018). Does Gender Differences Play Any Role in Intention to Adopt Islamic Mobile Banking in Pakistan? *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 439–460.
- Hair, J. F., Black, W. C., J.Babin, B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis.pdf* (7th ed.).
- Hanudin, A., Baba, R., & Muhammad, M. Z. (2007). An Analysis of Mobile Banking Acceptance by Malaysian Customers. *Sunway Academic Journal*, 4, 1–12.
- Hayani, N., & Alsukri, S. (2021). Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 679–686.
- Iriani, A. F. (2019). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(2).

- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). *Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar*. Udayana University.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (1st ed.). ANDI.
- Koksal, M. H. (2016). The Intentions of Lebanese Consumers to Adopt Mobile Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 327–346.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Latif, C. S. (2017). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Luarn, P., & Lin, H.-H. (2005). Toward An Understanding Of The Behavioral Intention To Use Mobile Banking. *Computer in Human Behavior*, 6, 873–891.
- Makanyeza, C. (2017). Determinants of Consumers' Intention to Adopt Mobile Banking Services In Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 997–1017.
- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19. *AL IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39–54.
- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2014). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (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.
- Pambudi, R. (2020). Pengaruh Promotion, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Terhadap Customer Satisfaction Pengguna Transaksi GoPay (Studi Pada Pengguna Transaksi GoPay Di Kabupaten Kebumen). *STIE Putra Bangsa*.
- Pasaribu, A. (2021). Pengguna BSI Mobile Banking Tembus 2,5 juta. *AntaraNews.com*. <https://www.antaranews.com/berita/2297578/pengguna-bsi-mobile-banking-tembus-25-juta>
- Paulus, Khrisbianto, A., & Setiawan, E. B. (2005). *Sistem Informasi* (Paulus, A. Khrisbianto, & E. B. Setiawan, Eds.; II). Informatika.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). McGraw-Hill.

- Putri, A., Anriza Witi, S. E., & Seri, E. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking di Masa Covid-19*. 1(2), 53–62.
- Putri, S. (2020). Pemanfaatan Internet Untuk Meningkatkan Minat Baca Mahasiswa PLS IKIP Siliwangi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(2), 91–96.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (1st ed.). Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahayu, I. S. (2016). 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.
- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 478–492.
- Ratriani, V. (2021). Bank Syariah Indonesia Resmi Beroperasi, Ini 8 Hal Yang Perlu Diketahui. *Keuangan.kontan.co.id*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-syariah-indonesia-resmi-beroperasi-ini-8-hal-yang-perlu-diketahui>
- Rita, R., & Fitria, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 926–939.
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 30–44.
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syaria'h. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518–528.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjanah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS* (2nd ed.). UB Press.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.). ALFABETA.
- Sumadi, S. (2020). Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 145–162.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (L. Daris & A. D. Riana, Eds.; 1st ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature Review of Mobile Banking and Individual Performance. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1044–1067.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihotang, Ed.). Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Square: Concepts, Methods and Applications*. Springer.
- Walfajri, M., & Perwitasari, A. S. (2021). *Merger Rampung, Begini Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tahun 2021*. Kontan.co.id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/merger-rampung-begini-strategi-bank-syariah-indonesia-di-tahun-2021>
- Wang, F., & Wang, X. (2020). Tracing Theory Diffusion: a Text Mining and Citation-Based Analysis of TAM. *Journal of Documentation*, 76(6), 1109–1134.
- Wang, Y., Wang, Y., Lin, H., & Tang, T. (2003). Determinants of User Acceptance of Internet Banking: an Empirical Study. *International Journal of Service Industry Management*, 14(5), 501–519.
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32.
- We Are Social. (2021). Digital 2021: Indonesia. In *wearesocial.com*. <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*.
- Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan M-Banking Mandiri di Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1090–1103.
- Wu, J., & Song, S. (2021). Older Adults' Online Shopping Continuance Intentions: Applying the Technology Acceptance Model and the Theory of Planned

Behavior. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(10), 938–948.

Wu, L., Li, J.-Y., & Fu, C.-Y. (2011). The Adoption of Mobile Healthcare by Hospital's Professionals: An Integrative Perspective. *Decision Support Systems*, 51(3), 587–596.