

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- Al Amin, M., Arefin, M. S., Alam, M. S., & Rasul, T. F. (2022). Understanding the Predictors of Rural Customers' Continuance Intention toward Mobile Banking Services Applications during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Global Marketing*, 35(4), 324–347. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.2018750>
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Aprilia, R. W. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Kebumen*. 1–9.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- Fadhil, M., & Sari, L. P. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan GoPay. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 1(1).
- 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 (JAB)|Vol*, 62(1), 82–89. [www.bni.co.id](http://www.bni.co.id)

- Fariani, N. (2016). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP PENERIMAAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKADEMIK TERPADU*. 7(2), 71–82.
- Fatmawati M, I. (2021). Determinasi Sikap Penggunaan Dan Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 801–814. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.646>
- Hafifuddin, H., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Persepsi Jamaah Masjid di Kecamatan Gondokusuman Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness*, 4(1), 114–127. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v5i2.3347>
- Hasyim, F., Oktaviana, S., & Putri, D. (2023). Keputusan Penggunaan BSI Mobile Ditinjau dari Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan Fitur Layanan pada Generasi Milenial di Wilayah Solo Raya. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 72. <https://doi.org/10.29300/ba.v8i1.8850>
- Herien, N. Y., & Kep, M. (2023). *Meningkatkan Akseptabilitas Teknologi dalam Pendidikan Keperawatan: Peran Behavioral Intention*. Penerbit Adab.
- Hidayat, M., & Asky Humeriatunnisa. (2023). Optimalisasi Peran Digital Banking Bank Syariah Indonesia Terhadap Perkembangan Industri Halal. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2), 243–264. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i2.9984>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, 11(3), 340. <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2), 40. <https://doi.org/10.3390/joitmc6020040>

- Le, T. T., Pham, H. M., Chu, N. H., Nguyen, D. K., & Ngo, H. M. (2020). Factors Affecting Users' Continuance Intention towards Mobile Banking In Vietnam. *American Journal of Multidisciplinary Research & Development (AJMRD)*, 2(4), 42–51. [www.ajmrd.com](http://www.ajmrd.com)
- Lestari, R. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)*.
- Manfaat, P. P., Kemudahan, P., Persepsi, D. A. N., Terhadap, K., Penggunaan, K., Mahasiswa, G. P., & Surakarta, S. A. U. B. (2019). *Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 6 , No 1 ( 2019 ) ; July ISSN : 2337-5965 ( cetak ) P3M STIE AUB Surakarta Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Pengguna Teknologi Tertinggi di Dunia , 2018 ) berdasarkan Penelitian Cambridge Internasional melalui Glob. 6(1), 88–103.*
- Marlina, L., Rusydiana, A. S., Hidayat, P., & Firdaus, N. (2021). Twenty Years of Islamic Banking in Indonesia: a Biblioshiny Application. *Library Philosophy and Practice, 2021*, 1–22.
- Maulida, D. A., Annisa, N., & Marlia. (2023). ANALISIS PENGARUH KONTEN DAKWAH DI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEJIWAAN GEN-Z Marlia Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(2023), 1–11. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- Muzdalipah, M. M., & Mahmudi, M. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah : Penggunaan Bsi Mobile Di Era Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 12. <https://doi.org/10.35906/equili.v12i1.1241>
- Rahayu, S., & Wati, L. N. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. 8.*
- Rinaldi, T. I., Syarief, N., & Pusporini. (2020). Analisis Keputusan Penggunaan Transportasi Online Grabcar. *Prosding Biema Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1(1), 160–170.*

- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Rozi, F., Ziyad, M., Ekonomi, F., & Mangkurat, U. L. (2019). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING*.
- Rupa, M. K., Reu, F. M., & Djo, F. C. (2025). PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI SIKAP PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM SEKTOR KULINER DI KOTA KUPANG-NTT. *ANALISIS*, 15(01), 117–140.
- Rusdiana, B., & Kusumadewi, R. (2024). Pengukuran Persepsi Pengguna Terhadap Persepsi Manfaat, Fitur Layanan Dan Keamanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Wilayah Ciayumajakuning). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 158–165. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i1.7816>
- Salmah, R., & Hakim, L. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>
- Salsabilla, M., & Adha, M. A. (2024). *Pengaruh Fitur Layanan Islami , Keamanan , Kepercayaan dan Risiko terhadap Keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah The Impact of Islamic Service Features , Security , Trust , and Risk on*

- the Decision to Use Islamic Mobile Banking*. 2, 93–106.
- Siregar, S., & Pradesyah, R. (2023). *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*. 4(2), 114–128.
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11628>
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1, no(2), 60.
- Syahrani, H. Z., & Maulidizen, A. (2024). . "Pengaruh Atribut Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Purwakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10.2, 10(02), 1860–1870.
- Tjong, W. (2023). *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi*. 7(April), 1815–1830.
- Trimulyana, R. A. (2024). Transformasi Digital dalam Perbankan Syariah dan Dampaknya pada Masyarakat Muslim. *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 8–12. <https://doi.org/10.62070/persya.v2i1.52>
- Triwibowo, F. W. (2020). Perancangan Co-Working di Yogyakarta dengan Pendekatan Gaya Hidup Generasi Z. *Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur*, 552–557.
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32. <https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>
- Wijayanti, R., & Hidayat, K. (2022). Analisis Promosi Penjualan Online, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penjualan (Studi Kasus pada SYF

- Store di Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(3), 14–23.
- Yuan, S., Liu, Y., Yao, R., & Liu, J. (2016). An investigation of users' continuance intention towards mobile banking in China. *Information Development*, 32(1), 20–34. <https://doi.org/10.1177/0266666914522140>
- Zaki, Z. (2022). Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i1.184>
- Zulfaris, M., Salleh, M., Abdullah, A., Nawi, N. C., & Muhammad, M. Z. (2019). *Assessing the Service Quality and Customer Satisfaction on Islamic Banking by Using SERVQUAL Model*. 10(2), 79–83. <https://doi.org/10.5430/rwe.v10n2p79>