

## Daftar Pustaka

- Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(1), 32–54.  
<https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>
- Al-Zikri, S. M., Wantoro, A., Abidin, Z., & Molina, J. I. (2019). Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Pengelolaan Penerima Dana Zakat, Infaq Dan Sedekah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Anjelina, E. D., Salsabila, R., & Fitriyanti, D. A. (2020). Peranan Zakat, Infak dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 136–147.  
<https://doi.org/10.33379/jihbiz.v4i2.859>
- Berita Media BSI. (2021a, April 26). BSI Catat Volume Transaksi Digitas Tembus Rp. 40,85 Triliun, BSI Mobile Naik 82%. Bank Syariah Indonesia BSI.
- Berita Media BSI. (2021b, May 24). Optimalkan Pengelolaan Zakat Infaq Sedekah, Bank Syariah Indonesia Resmikan UPZ. Bank Syariah Indonesia BSI.
- bin Yahya, M. H. (2019). The impact of religiosity, attitude, and trust on mobile banking adoption in zakat distribution among asnaf in Selangor.
- Budiman, O., & Widodo, T. (2020a). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Adopsi Mobile Banking di Indonesia.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11632>
- Budiman, O., & Widodo, T. (2020b). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Adopsi Mobile Banking di Indonesia.

- Cevdet Altunel, M., & Koçak, Ö. E. (2017). The roles of subjective vitality, involvement, experience quality, and satisfaction in tourists' behavioral intentions. In *European Journal of Tourism Research* (Vol. 16).
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dewi, N. L. P. E. P., Sinarwati, N. K., & Yuniarta, G. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan EBanking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak*, 7(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*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro Press.
- Ghozaly, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr. , J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*.
- I. Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*.
- Iriani, A. F. (2018). MINAT NASABAH DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO. In *DINAMIS-Journal of Islamic Management and Bussines* (Vol. 2, Issue 2).
- Irmadani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, terhadap

Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

- Jebarajakirthy, C., & Shankar, A. (2021). Impact of online convenience on mobile banking adoption intention: A moderated mediation approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102323>
- Johar, R. S., & Suhartanto, D. (2019). The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662(3). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/3/032032>
- 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.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Alfi, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified).
- Latif, C. S. (2017). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2.
- Laukkanen, T. (2017). Mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1042–1043. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0218>
- Mansour, J. S. A., & Ariffin, A. A. M. (2017). The effects of local hospitality, commercial hospitality and experience quality on behavioral intention in cultural heritage tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 149–172.
- 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: An approach of partial

- least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056.  
<https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Nurdin, N., Musyawah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.24239/jsi.v1>
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021a). 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.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurdin, Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021b). 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.
- Pranoto, M. O., & Satianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 8(1).
- Pratama, A., Moh Saleh, F., Zahra, F., & Afdhalia, N. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo*, 2(1), 204–2016.
- Putri, S. (2020). JURNAL COMM-EDU Pemanfaatan Internet Untuk Meningkatkan Minat Baca Mahasiswa PLS di IKIP SILIWANGI. *COMM-EDU (Community Education Journal)*, 3(2), 91–96.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22460/comm-edu.v3i2.3700>
- Ratriani, V. (2021, February 1). Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi, ini 8 hal yang perlu diketahui.

- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Riptiono, S., Susanti, D. N., Rhamdhani, I. M., Anggraeni, A. I., & Prasetyo, A. (2021). Parsing religiosity and intention to use Islamic mobile banking in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 16(4), 34–44. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(4\).2021.04](https://doi.org/10.21511/bbs.16(4).2021.04)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Shoiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*.
- 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). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 2, Issue 4).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.).
- Suhartanto, D. (2019). Predicting behavioural intention toward Islamic bank: a multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1091–1103. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2020). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>
- 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. In *International Journal of Bank Marketing* (Vol.

- 35, Issue 7, pp. 1042–1065). Emerald Group Publishing Ltd.  
<https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2015-0143>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). 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>
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32.
- Zakaria, A. H. A. bin A. F. bin. (1972). *Mu'jam Maqayis al-Lughah*. Syirkah Maktabah Musthafa al Babi.