

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, D. W., & Jogiyanto, P. D. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- 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.
- Angelia, D. (2022, Juli 10). *GoodStats*. (L. M. Aditiya, Editor) Retrieved September 10, 2023, from goodstats.id: <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18i>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money di Kota Palembang. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(1), 120-131.
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan kemudahan penggunaan pada minat penggunaan quick response code dalam transaksi keuangan. *Sumber*, 12, 468.
- Budiasuti, A. D., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Berbasis E-Commerce pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1-10.
- Cahyo, A. D., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2022, August). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan E-Money ShopeePay (Survei Pada Masyarakat Kota Bandung). In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1280-1285).
- Cheng. (2014). Exploring The Intention To Use Mobile Learning: The Moderating Role Of Personal Innovativeness. *16*(1), 40-61.
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Davis. (1989). Perceived usefulness, Perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information System*, 13(3), 319-339. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/249008>

- Delone , W. H., & McLean, E. R. (2003). The Delone and McLean Model of Information Systems Succes. *Journal of Management Information Systems*, 19 .
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information Systems Succes: The Quest For Dependent Variable. *Information System Research*, 3(1), 60-95.
- Desvrontita,D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Journal Akmenika*. 18(2).
- Dewi, N. L. P. E. P., Sinarwati, N. K., & Yuniarta, G. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Univesitas Pendidikan Ganesha. *e-Journal S1 Akuntansi*, 7(1).
- Dewi, N. A., & Warmika, I. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* , 5(4), 2606-2636.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110-117.
- Fernos , J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya . *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* , 16(2), 115-125.
- 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.
- Fitriati, A., Ardiani, C., Pramono, H., Pratama, B., & Mudjiyanti, R. (2022, August). Investigating The Determinants of Mobile Banking Usage. *In Proceedings of the 3rd International Conference of Business, Accounting, and Economics, ICBAE 2022*, 10-11 August 2022, Purwokerto, Central Java, Indonesia.

- Foon, Y. S., & Fah, B. C. (2011). Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application Of UTAUT Model. *Internasional journal of bussines and management*, 6(4).
- Ghozali, P. H. (2014). *Structural Equation Modeling* (4 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Upper Suddle River: Prentice Hall*.
- Handayani, S., & Anitasari, M. (2022). Karakteristik Pengguna Mobile Banking di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10, 353-366.
- Harianto, H., Mulyani, H. T. S., & Oktalina, G. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (EASE OF USE), KENYAMANAN (CONVENIENCE), KEPERCAYAAN (TRUST) DAN KETERSEDIAAN FITUR (FEATURE AVAILABILITY) TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING KLIKBCA (STUDI KASUS PADA NASABAH PT BANK CENTRAL A. *Jurnal Ilmiah Bisnis Elektronik*, 1(1), 69-80.
- Henseler, J., Ringle, C. B., & Sartstedt, M. (2015). A New Criterion For Assesing Discriminant Validity in Variance - Based Structural Equation Modeling. *J. Of The Acad. Mark. Sci*, 43, 115-135.
- Jimenez, N., San-Martin, S., & Azuela, J. I. (2016). Trust And Satisfaction: The Keys To Client Loyalty In Mobile Commerce. *Academia Revista Latinoamericana*, 29(4), 486-510.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* . Yogyakarta: CV ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Karnadjaja, C. C., Tulipa, D., & Lukito, R. S. H. (2018). Pengaruh persepsi risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap minat belanja online melalui kepercayaan dan sikap pada konsumen Zalora di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 116-130.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *AKUNTOTEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*, 12(1), 1-13.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, IV(1), 24-29.

- Kuswanto, T. Y. L. (2016). Pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan transaksi online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- 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.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 375-386.
- Lee, J. Y., & Panteli, N. (2010). Business Strategic Conflict in Computer-Mediated Communication. *European Journal Of Information System*, 19, 196-208.
- Leon, S. (2018). Service Mobile Apps: a Millenial Generation Perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 118(9), 1-25.
- Mahmudah, R. (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 Perbankan Syariah*, 6(2), 419-441.
- Maulana, R., Iskandar, & Mailany, M. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Tecnology Acceptance Model. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146-155.
- 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: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, 25(1), 11-23.
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 8(1), 29-44.
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(1), 91-100.

- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472-1481.
- Pangestu, D. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile. *JMI: Jurnal Muamalat Indonesia*, 2(2), 72-86.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjalouto, H., & Pahlila, S. (2004). Consumer Acceptance Of Online Banking: An Extension Of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*, 14(3), 224-235. doi:10.1108/10662240410542652
- Pranoto, M. O., & Setianegara, 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*, 8(1), 1-9.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 927-953.
- Radjab, D., & Jam'an, D. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary*, 107-115.
- Rizky, I. N., & Yasa, I. N. P. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 9(3). 191-202.
- Rulian, E. P., & Kurniawati, K. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Nasabah Mobile Banking di Indonesia: Studi Tentang Perspektif Kaum Muda sebagai Pengguna. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(2), 1263-1284.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80. doi:https://doi.org/10.31331/jeee.vli2.1293

- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 3(2), 699-711.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2014). *Sistem Informasi Akuntansi* (13 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1-9.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). Manfaat dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170-182.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)/Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). 1-20.
- Setyaningsih, E. D. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Word of Mouth Melalui Minat terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan E-Banking pada Bank BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 14-25.
- Setyowati, E. O., & Respati, A. D. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, dan Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 13, 63-75.
- Sibuea, S. J., Oktavianthy, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi ovo. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 635-645.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV ALFABETA.
- Syafira, I., Alam, A. P., & Yusri, D. (2022). Dampak Layanan Mobile Banking untuk Meningkatkan Minat Nasabah di Bank SUMUT Syariah Cabang STABAT. *Maisir Gharar Riba*, 1(1), 26-32.

- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51-62.
- Utami, A. R. H. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *PRISMA (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79-93.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 189-204.
- Verdina, N. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 6(3), 56-67.
- Virginia, S. G., & Puspitasari, E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Dompot Digital . *Journal of Economics and Business*, 7(1), 643-652. doi:10.33087/ekonomis.v7i1.878
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis . *Equilibiria*, 1(1), 95-108.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung. *E-Jurnal STIE Pasundan Bandung (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi)*, 10(2), 139-149.