

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the new technology acceptance model to measure the end user information systems satisfaction in a mandatory environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis and Strategic Management*, 15(4), 441–455. <https://doi.org/10.1080/095373203000136033>
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1991). Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, 13(3), 185–204. <https://doi.org/10.1080/01490409109513137>
- Alam, S. S., Janor, H., Zanariah, Wel, C. A. C., & Ahsan, M. N. (2012). Is Religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley? *World Applied Sciences Journal*, 19(7), 1030–1041. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392>
- Angelina, J., Dan, J. P., & Japariato, E. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. In *Jurnal Strategi Pemasaran* (Vol. 2, Issue 1).
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>

- Asniyati, & Yaya, R. (2020). Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 6(1), 54–61. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Ayu Adesti, B., Aravik, H., & Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang. In *Jurbisman (Jurnal Bisnis Manajemen)* (Vol. 1, Issue 1).
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2015). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. In *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)* (Vol. 3, Issue 07). www.ijmas.orgwww.ijmas.org
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Fred D. Davis. (2013). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.

- Gus, M., & Wahid, N. (2020). *AL-WATHAN: Jurnal Ilmu Syariah Konsep Keseimbangan Perilaku Konsumsi dalam Islam (Potret Realitas Konsumen Masa Kini dalam Pemenuhan Self Interest)* (Vol. 1).
<https://jurnal.stisda.ac.id/index.php/wathan>DOI:<https://doi.org/>
- Khraim, H. (2010). Measuring Religiosity in Consumer Research From an Islamic Perspective. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 26(1), 52–78.
<https://doi.org/10.1108/10264116201000003>
- Krempel, E., & Beyerer, J. (n.d.). *LNCS 8450 - TAM-VS: A Technology Acceptance Model for Video Surveillance*.
- Kurniati. (2016). *TEORI PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI EKONOMI ISLAM*.
- Majid, R. (2021). The Role of Religiosity in Explaining the Intention to use Islamic FinTech Among MSME Actors. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 4(2). <https://doi.org/10.18196/ijief.v4i2.11833>
- Misissaifi, M., & Sriyana, J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(1), 109–124. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i1.276>
- Monica, N., & Indra, A. (2017). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KENYAMANAN, NORMA SUBJEKTIF DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ELECTRONIC COMMERCE. *Jurnal Riset Akuntansi & Komputerisasi Akuntansi*.

- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH. *PERBANAS JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS & BUSINESS*.
- Nur, E., Julianti, S., Ekonomi, F., Islam, B., & Ponorogo, I. (2021). *Konsep Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islami*.
- Nur, S., & Amalia, A. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior* (Vol. 9, Issue 1).
- Pramudya, R. M., & Rahmi, M. (2022). Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 70. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>
- Putri, D., & Ari, S. (2013). *PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN PENGEMBANGANNYA DALAM PERILAKU MENGGUNAKAN CORE BANKING SYSTEM* (Vol. 17, Issue 2). <http://jurkubank.wordpress.com>:Telp.+62341562154;Fax.+62341556701
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINESHOPEE PAYLATER. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8.

- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI DAYA GUNA, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAAN E-MONEY PADA BANK BRI LAMONGAN. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*.
- Sari Lubis, Y., & Padli Nasution, M. I. (2023). Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Konvensional dan Islam. *Economic Reviews Journal*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.79>
- Subagio, H., & Jessica, J. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, SUBJECTIVE NORM, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP INTENTION TO USE MYTELKOMSEL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN PETRA SURABAYA) . *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7.
- Surendran, P. (n.d.). *Technology Acceptance Model: A Survey of Literature*.
- Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.137>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. In *The Author Journal compilation C* (Vol. 39). Decision Sciences Institute.

- 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>
- Zakaria, L. D., Afifudin, & Mawardi, M. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan, dan Bagi Hasil terhadap Minat Mahasiswa untuk Menabung di Bank Syariah.*
- Zhang, T., Shen, D., Zheng, S., Liu, Z., Qu, X., & Tao, D. (2020). Predicting unsafe behaviors at nuclear power plants: An integration of Theory of Planned Behavior and Technology Acceptance Model. *International Journal of Industrial Ergonomics*, *80*. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2020.103047>