

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use, *Jurnal Siasat Bisnis*, 24-32.
- Alteq, A. A., Noor, M. N. M., & Abdul Ghani, N. H. (2024). Factors Influencing the Mobile Banking Usage: Mediating Role of Perceived Usefulness. *Managerial and Financial Accounting*, 36, 115–128.
- Amalia, F., & Hastriana, R. (2022). *Pemahaman Digital di Kalangan Masyarakat Indonesia: Tinjauan Literatur dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta Press.
- Ancok, D., & Anshori, S. (2005). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andini, A. P., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Mobile Banking Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Jember. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 41–50.
- Andini, L. N., & Indrarini, N. K. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Mobile Banking pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 158–171.
- Appelbaum, S. H., & Hare, A. (1996). Self-Efficacy as a Mediator of Goal Setting and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 81(2), 234–243.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2024). *Laporan Survei Internet Indonesia 2023–2024*. Retrieved from <https://apjii.or.id>
- Bank Syariah Indonesia. (2024, Mei 30). *BSI dinobatkan The Most Efficient Bank & Best Performance Bank Kategori Bank Syariah*. Retrieved from <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-dinobatkan-the-most-efficient-bank-best-performance-bank-kategori-bank-syariah>
- BTN Syariah. (2022). *BTN Syariah Mobile: Solusi Transaksi Cepat dan Aman*. Retrieved from <https://www.btn.co.id/syariah>
- Cheong, J. H., & Park, M. C. (2005). Mobile Internet Acceptance in Korea. *Internet Research*, 15(2), 125–140.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test. *MIS Quarterly*, 19(2), 189–211.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fahrur, M., & Hafizi, M. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Kepuasan Pengguna Islamic Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(1), 87–95.
- Fatmawati, D. (2015). Penerapan Model TAM dalam Adopsi Teknologi Informasi di Sektor Publik. *Jurnal Sistem Informasi*, 11(2), 45–52.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1998). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. Berkeley: University of California Press.
- Harahap, M. A., Fadillah, R. A., & Lubis, A. N. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking SUMUT Menggunakan Metode TAM. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Sistem Komputer TGD*, 7(2), 257–264.
- Hasibuan, M. S. P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hemas, P. I., & Tileng, B. S. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Aplikasi LinkedIn dengan Pendekatan TAM. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 15(1), 45–55.
- Hidayat, R., & Canta, A. P. (2022). Pengaruh perceived ease of use terhadap kepuasan pengguna aplikasi Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 101–110.
- Hong, W., Thong, J. Y. L., & Tam, K. Y. (2002). Understanding the Behavior of Mobile Internet Users: An Empirical Study. *Communications of the ACM*, 46(12), 34–40.
- Hossain, M., Rahman, A., & Karim, M. (2024). Assessment of Customers Satisfaction in Mobile Banking Services: The Mediating Role of Ease of Use. *Transnational Business and Management*, 2(2), 43–64.
- Hutabarat, E. (2010). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Igbaria, M., & Parasuraman, S. (1989). A Path Analytic Study of Individual Characteristics, Computer Anxiety, and Attitudes Toward Microcomputers. *Journal of Management*, 15(3), 373–388.

- Jogiyanto, H. M. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Katadata Insight Center (KIC). (2023). *Survei Pengguna Aplikasi Keuangan Digital di Indonesia 2023*. Jakarta: Katadata.co.id.
- Kota, R., & Nuwa, N. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka TAM. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 605–614.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24.
- Kusumaningtyas, L. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank BUMN). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 5(2), 64–72.
- Maharani, I., & Usman, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Use of e-Learning with TAM Model. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran dan Akuntansi*, 2(1), 19–30.
- Mardiana, R., et al. (2021). Dimensi Religiusitas Menurut Glock dan Stark dalam Konteks Keislaman. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 10(1), 45–60.
- Nugroho, R. A., & Azizah, N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 167–177.
- Nuwa, N., & Kota, R. (2022). Perceived Usefulness dan Intensi Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 10(2), 112–118.
- Nuralam, M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(3), 221–228.
- Novianti, K., & Bertuah, E. (2023). Pengaruh Locus Of Control Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 278
- OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (2018). *Statistik Perbankan Syariah*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id>
- OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (2024). *Laporan Tahunan Industri Jasa Keuangan Indonesia*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id>

- Oktapiani, R., Nugroho, A., & Wibowo, T. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 88–96.
- 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. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 927.
- Peng, X., Wang, L., & Zhao, F. (2023). The Impact of Perceived Usefulness on Mobile Learning Adoption. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1), 45–58.
- Puspitasari, F. A., & Fathonih, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(1), 56–68.
- Purba, J. T., Sihotang, D. M., & Hudi, A. (2023). Analisis Teknologi Perbankan Digital dalam Mendorong Inklusi Keuangan. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 23–35.
- Purwanto, H. (2021). Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Penggunaan Layanan Bank Aceh Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 9(2), 131–140.
- Riza, A. A., & Hafizi, M. (2019). Customers' Attitude Toward Islamic Mobile Banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management*, 1(2), 75–84.
- Saripudin, S., & Suharyanto, A. (2021). Acceptance Analysis of using JD.ID e-commerce application with TAM method. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4), 4771–4783.
- Setyaningrat, D., Muslihin, I. A., & Zunaiddi, A. (2023). Kepuasan Pengguna terhadap Aplikasi BSI Mobile dengan Pendekatan TAM. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Syariah*, 9(1), 32–41.
- Sihotang, D. M., & Hudi, A. (2023). Pengembangan Aplikasi Mobile Banking Berbasis Prinsip Syariah. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 12(3), 99–110.

- Sodik, M., Suharto, A., & Maulida, T. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53.
- Sudarsono, H., Kholid, M. N., Trisanty, A., & Maisaroh, M. (2022). The intention of Muslim customers to adopt mobile banking: The case of Islamic banks in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 9(1).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Brien, A., & Triyuni, N. N. (2020). Religiosity and Digital Payment Use in Indonesia: The Mediating Role of Trust. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 124–146.
- Suharyanto. (2023). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking BTPN Jenius. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, Vol.3 (2), 211–224.
- Supriyono. (2001). *Perbankan dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: BPFE.
- Syaiful, A., Fitriani, D., & Budi, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 112–120.
- Tauha, A. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 33–42.
- Teo, T., et al. (2007). Examining the Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Technology Acceptance Behavior. *International Journal of Learning Technology*, 3(3), 202–216.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion Into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Wardani, T. R. (2021). Pengaruh Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 5(1), 78–87.
- Wicaksono, A., & Maharani, A. (2020). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Technology Acceptance Model to Use Online Travel Agency. *Journal of Business and Management Review*, 1(5), 313–328.

- Wicaksono, A. (2021). *Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang.
- Widianto, A. (2015). Penggunaan TAM dalam Pengembangan Sistem Informasi. *Jurnal Teknologi Informasi*, 11(1), 55–67.
- Wulandari, W., Japariato, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial. *Jurnal Bisnis dan Keuangan*, 12(1), 1–12.

