

## DAFTAR PUSTAKA

- Adria Yudi Kurniaputra, Mochamad Nurhadi. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI. Volume 8 Number 1 Mei - Oktober 2018.
- Afifah, Fadilah dan Sri Widyanesti, (2017). Analisis penggunaan mobile banking dengan mengadopsi technology acceptance model. *E-Proceeding of Management*, Vol. 4, No 1.
- Al-Ghani, S. (2001). The Applicability of TAM Outside North America: An Empirical Test in the United Kingdom. *Information Resources Management Journal*, 14(3), 37-46. <https://doi.org/10.4018/irmj.2001070104>
- Al-Jurjani, A. b.-S. (1990). *Kitab al-Ta'rifat*. Beirut: Maktabah Libanon
- Almalis, M. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan PermataMobile Smart Pada Bank Permata di Surabaya Universitas Nusantara PGRI Kediri (vol. 01). Retrieved From <http://www.albayan.ac>
- Ari Mubiyantoro, Syaefullah (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking. Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang.

Arifin, Z. (2009). Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah. Tangerang: Aztera Publisher.

Bank BNI Syariah. (2020). BNI Syariah catat transaksi mobile banking selama covid-19 naik signifikan. Di baca pada tanggal 23 Februari 2021, dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/2791/BNI%20Syariah%20Catat%20Transaksi%20Mobile%20Banking%20Selama%20COVID-19%20Naik%20Signifikan>

Bank Syariah Mandiri. (2020). Cetak laba 719 M Mandiri Syariah bukukan kinerja solid sepanjang semester 1 2020. Di baca pada 23 Februari 2021, dari <https://www.mandirisyariah.co.id/news-update/berita/cetak-laba-719-m-mandiri-syariah-bukukan-kinerja-solid-sepanjang-semester-i-2020->

C. I. Mbama and P. O. Ezepue. (2018). "Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions," International Journal of Bank Marketing, vol. 36, pp. 230-255, 2018.

Davis, F.D. (1989). Percived Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. MIS Quarterly. Vol. 13, No 3.

Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, Ane Kurniawati. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jl. Siliwangi No. 24 Tasikmalaya, Indonesia

- Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, Ane Kurniawati. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jl. Siliwangi No. 24 Tasikmalaya, Indonesia
- Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara. (2018) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.
- Febriana, T. (2014). Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode Technology Watch and Competitive Intelligence (TW-CI). Jurnal Binus University. Vol. 5, No.1.
- Febrianta, A. and Indrawati (2016) „INFLUENCE OF MOBILE BANKING SERVICE QUALITY TO CUSTOMER Statistik Pengguna Mobile Banking Di Negara- Negara Asia“, in e-Proceeding of Management, pp. 2879–2885.
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. Journal of the Association for Information Systems. Vol. 3, 27-51.
- George, Agbemabiese Cudjoe, Patrick Amfo Anim, Joseph Gerald Nii Tetteh Nyanyofi o. (2015). Determinants of Mobile Banking Adoption in the Ghananian Banking Industry: A Case of Access Bank Ghana Limited. Journal of Computer and Communications. Vol. 3 No. 4. Pp 1-19.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25 (9<sup>th</sup> ed.). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Vol 26 No 2.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2010). *Essential of Econometric System* (4<sup>th</sup> ed.). Singapore: McGraw-Hill

Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). United States: Pearson

Handayani, Rini. (2007). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). Semarang: Tesis Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.

I. A. Zahiruddin, "ProBank: Membangun Perbankan Profesional ", P. B. N. (Perbanas), Ed., ed, 2015.

Indonesia, B. (2011). Peraturan Bank Indonesia Tentang Pelaksanaan Fungsi Keptahuan Bank Umum. Jakarta.

Irham Fahmi. (2016). Teori & Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: Raja Grafi ndo Persada.

Jogiyanto Hartono. (2011). Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon. Yogyakarta: BPFPE.

- Kabir, Rokibul Mohammad. (2013). Factors Influencing The Usage of Mobile Banking: Incident From A Developing Country. *World Review of Business Research*. Vol. 3. Pp 96-114.
- Margaretha Oktavia Pranoto, R. gunawan Setianegara. 2020. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking, – ISSN No 2302-9315 Vol. 8 No 1.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Inovator*.
- Maryanto Supriyono. (2010). *Buku Pintar Perbankan Dilengkapi dengan studi kasus dan kamus istilah perbankan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Muhammad Habibi, Achmad Zaky. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono No 165, Malang.
- Muhammad Ilham Mandatra, Yudi Sutarso. 2019. Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan, Motivasi, dan Risiko terhadap niat perilaku pada mobile banking bank mandiri di Surabaya. DOI: 10.14414/jbb.v9i1.1501
- Muhammad Zainal Mushofa, Lindiawati. (2018) Pengaruh kegunaan, kesesuaian, keuntungan relatif, motivasi hedonic, dan risiko yang dirasakan terhadap

penggunaan mobile banking Bank Mandiri Surabaya dimediasi niat perilaku nasabah. 10.14414/jbb.v8i1.1515.

Mulazid, A.S. (2016). Pelaksanaan Sharia Compliance pada bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri, Jakarta). *Madania* , Vol. 20, No. 1

Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9.  
<http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>

O. J. K. (OJK). (2018). <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-DigitalBranch-oleh-Bank-Umum.aspx>.

P. Dootson, B. A, and J. and Drennan, "Financial institutions using social media – do consumers perceive value?," *International Journal of Bank Marketing*, 2016.

Quesada, V. (2017). *When Tech Meets Finance: A Roadmap for Digital Banking Transformation*. Massachusetts: CreateSpace Independent Publishing Platform.  
 Edisis kedua

Qunaibi, M. R. (1988). *Mu'jam Lighat al- Fuqaha*. Beirut: Dar al-Nafais.

Ramadhan, Reza dan Sri Herianingrum. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah 83 Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 4, No 6.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Setiawan, H. (2016). Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518–528.
- Soelistya, D., & Agustina, H. A. (2018). Analisis Teknologi Informasi Mobile Banking Dan Persepsi Risiko Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya). *Accounting and Management Journal*, 1(2), 89–100. <https://doi.org/10.33086/amj.v1i2.77>
- Sri Imelda, Hikmayanti Huwaida. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRO KCP Kayu Tangi Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA*, Volume 19, No. 2, Nov 2019: 69 - 133
- Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet “Implikasinya Pada Strategi Pemasaran”. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Waryati, S. M. (2011). Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah. Walisongo
- Yogananda, Andrean Septa, dan Dirgantara, I Made Bayu. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 6 Nomor 4.
- Zahid, Nauman, Mujtaba, Asif, and Riaz, Adnan. (2010) “Consumer Acceptance of Online Banking” *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences* ISSN 1450- 2275 Issue 27.

Zai, S. P., & Dewi, A. F. (2014) Pengaruh pentingnya Sistem, Kualitas Sistem dan Kualitas terhadap Kegunaan dan Kepuasan pengguna dalam Pengembangan Sistem Informasi Akuntasin, (2014), 1-13.

Zamroni; ROKHMAN, Wahibur. (2016). PENGARUH MARKETING MIX DAN *SHARIA COMPLIANCE* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK UMUM SYARIAH DI KUDUS. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 97-113, aug. 2016. ISSN 2502-8316.

