

DAFTAR PUSTAKA

- Anarjia, K., & Rante, J. Z. (2019). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sakuku pt. bank central asia, tbk kcu cikarang. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 1-8.
- Andhika, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Penerimaan *Mobile Banking* Di Indonesia Menggunakan Extended Tam.
- BCA.(2023). Diakses pada 3 Februari 2023 dari <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/visi-misi>
- BCA.(2022). Laporan Keuangan Tahunan BCA 2022. Diakses pada 5 Januari 2023 dari <https://www.bca.co.id/-/media/Feature/Report/File/S8/Laporan-Tahunan/20230216-bca-ar-2022-indonesia.pdf>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 19-25
- Chandran, Renju. 2014. Pros and Cons of *Mobile Banking*. International Journal of Scientific and Research Publications. 4(10).
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Scale development and validation for measuring the adoption of *mobile banking* services. *Global Business Review*, 20(2), 434-457.
- Darmeinis, D., & Yenny, Y. (2022). Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 88–95
- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13 (5), 318-340.
- Fakhrurozi, A., & Zulfikar, D. S. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).

- Fusilier, Marcelline and Durlabhji, Subhash.(2005). An exploration of Student Internet Use in India (the technology acceptance model and the theory of planned behavior). *Journal of Marketing*, 22 (4).
- Gardner, C. Amoroso. D. (2004).Development Of An Instrument To Measure The Acceptance Of Internet Technology By Consumers,” *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences,USA*.
- Ghozali, I. (2007). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Habibi, M.(2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah.*Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3 (1)
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Hamdiah, H., & Likdanawati, L. (2021). Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri di Lhokseumawe). *VISIONER AND STRATEGIS*, 10(1)
- Hanif et al. (2017). Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan Technology. *eJournal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 4(1),24-29
- Jannah, Nur Affifah Al (2021). Profil PT Bank Central Asia Tbk diakses pada 3 Februari 2023 dari <https://dataindonesia.id/profil-perusahaan/detail/profil-pt-bank-central-asia-tbk>
- Jogiyanto.(2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi. _____. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Karara, M. D. (2019). *FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING MELALUI APLIKASI BCA MOBILE* (Doctoral dissertation, UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG).
- Katadata. (2022). Sepanjang 2021, Lebih dari Separuh Transaksi Bank BCA Gunakan *Mobile Banking*. Diakses pada 5 Januari 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/04/sepanjang-2021-lebih-dari-separuh-transaksi-bank-bca-gunakan-mobile-banking>

- Katadata. (2019). Transaksi Digital Menggeser Peran Kantor Cabang dan ATM Bank. Diakses pada 5 Januari 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/08/transaksi-digital-menggeser-peran-kantor-cabang-dan-atm-bank>
- Katadata. (2022). Aplikasi *Mobile Banking* Terpopuler di Indonesia. Diakses pada 5 Januari 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/22/aplikasi-mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-siapa-juaranya>
- Kontan.co.id.(2023). Jumlah Pengguna BCA *Mobile* Capai 26,6 Juta di 2022. Diakses pada 7 April 2023 dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pengguna-bca-mobile-capai-266-juta-di-2022#:~:text=Executive%20Vice%20President%20Corporate%20Communication,lihat%20dalam%204%20tahun%20terakhir.>
- Laksana, G. B. (2015). Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan *mobile banking* (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Di Bca Pangkalpinang. Jurnal Akuntansi Bisnis & Keuangan, 8(2), 56–62.
- Monisa, Martina. (2014). Persepsi Kemudahan dan Kegunaan OPAC Perpustakaan Unair (Study Deskriptif Menilai Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan OPAC oleh Pengguna di Perpustakaan Universitas Airlangga). Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan FISIP Unair, Surabaya.
- Morissan. (2015). Metode Penelitian Survei. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Muhibbin Syah. (2010). Psikologi Pendidikan dengan pendekatan baru. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 1-9.
- Pikkarainen, T., Kari Pikkarainen.(2004). Consumer Acceptance Of Online Banking :An Extension of the *Technology Acceptance Model*; Internet Research, 14 (3), 224-235.

- Poon, W. C. (2008). Users Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23 (1).
- Purbayu Budi Santosa dan Ashari. (2005). Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS. Yogyakarta: Andi.
- Putri, n. K. (2022). Analisis persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, manfaat dan kepercayaan yang mempengaruhi minat menggunakan bsi *mobile* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- 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*, 27(2), 927-953.
- Pratama, A., & Moh, F. (2019). Saleh, Femilia Zahra, and Nadhira Afdhalia. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan *Mobile-Banking*.". *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 2, 123-128.
- Pratiwi., D., P. (2012). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Dimediasi Niat Penggunaan *Mobile Banking* Nasabah Bank BCA di Surabaya. Artikel Ilmiah. Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Rahayu, P. P. (2019). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta).
- Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan. 2012. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking.
- Sugiyono. (2015) "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*". Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V.W. (2015) "*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*". Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).

- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163–178. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90013-2)
- Tjini, Sartika S.A., dan Baridwan Zaki. (2013). Pengaruh kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Yuwono, Susatyo, dan Partini. (2008). Pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap tumbuhnya minat berwirausaha. *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 9 No. 2. Univeritas Muhammadiyah Surakarta.
- Turban, E. et al. (2004). *Electronic Commerce 2004: A Managerial Perspective*. Singapore: Prentice Hall