

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Prakosa, D. J. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT. *Volume 3. Nomor 1, Februari 2020*, 73.
- Adi Saputra Hsb, I. A. (2023). file:///C:/Users/ASUS/Documents/kuliah/ALDO%20SKRIPSI/SKRIPSI%20KAJIAN MINAT GUNA LAYANAN MOBILE BANKING DI KALANGAN MAHASISWA1FIXXXXX/JURNAL%20SKRIPSI/JURNAL%201.pdf. *Vol 10 No 3 Tahun 2023 Hal. , 1138-1146.*
- AMATUN NUR MAKMURIYAH1, K. M. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). *Vol. 5 No. 1 Tahun 2020 P-ISSN : 2502 - 5406 E-ISSN: 2686 - 2344, 37-44.*
- Anditori Ramadhana, A. P. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen M-Banking BCA untuk Terus Menggunakan Layanan M-Banking BCA. *Vol. 01, No. 04, 2022, pp. 267-277, 267-277.*
- Baridwan, S. S. (u.d.). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking.
- Brawijaya, A. S. (u.d.). MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA UNTUK MELAKUKAN. *Anggriawan Setyo Wibowo Universitas Brawijaya.*
- Cakra, S. D. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN MENGGUNAKAN LAYANAN M BANKING PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG UNIT TANGGUL, JEMBER. *Volume 5, Nomor 6, Februari 2021.*
- Chasbiandan, T. (2019). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN. *Vol . XIX No 1 Januari 2019, 212-221.*
- Chasbiandani, T. (2019). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING. *Vol . XIX No 1 Januari 2019, 212-221.*
- Davis, F. (2009). Perceived Usefulness Perceive-Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly. 319–342.*

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.
- Gama Putra Brahanta, N. I. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Volume. 7 No. 2 Tahun. 2021*, 2443-0064.
- Giga Bawa Laksana, E. S. (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,. *Vol. 26 No. 2 September 2015*, 1-8.
- Ihdi Aini, I. A. (u.d.). ANALISIS MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING.
- Ira Eka Pratiwi, F. F. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *6(03), 2020, 478-487*.
- Ivana Sulistianingsih, Y. T. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN ULANG E-BANKING. *Vol.2, No.1, Mei 2021, e-ISSN: 2721-8287*.
- Jelita Handayani Rambe, K. A. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syari'ah UIN Sumatera Utara. *E-ISSN: 2722-5615, 50-59*.
- Jhon Fernos, M. A. (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. *Vol. 16, No. 2, Juli 2021, 115-125*.
- Jonathan Patrik, L. (2022). Faktor yang Mempengaruhi untuk Menggunakan Mobile Banking dari Internet Banking Terhadap Penggunaan Konsumen Perbankan di Indonesia. 284-299.
- Lidia Sihotang, I. H. (2023). PENERAPAN M-BANKING DALAM MENINGKATKAN JASA, LAYANAN PERBANKAN DI BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG PEKANBARU SUDIRMAN. *Vol. 4, No. 2, 2023, 106-114*.
- Ludiman, I. (2020). Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Vol. 3, No. 2, Agustus 2020*.
- Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh, D. (2020). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *VOL: 5/NO: 02, 115-178*.

- Mubiyantoro, A. &. (2013). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus di Bank BRI Kota Malang).
- Nabilah Febdiranti, S. A. (2024). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN ULANG OVO DI KOTA SURABAYA. *SAB Vol. 2 No. 1 Tahun 2024*.
- Natalie, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Vol. 1, No. 1, Desember 2021*.
- Ni Wayan Gita, G. J. (2021). Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius . *Vol. 31 No. 8 Denpasar, Agustus 2021*, Hal. 2086-2099.
- Nur Malikha Ulfah, K. M. (ISSN: 2809-7580). Minat Penggunaan Mobile Banking Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Empiris Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo). *Nur Malikha Ulfah, Kurniawati Mutmainah , Romandhon, 2022*.
- Putra, R. H. (2020). KUALITAS SISTEM INFORMASI, KUALITAS INFORMASI DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAPKEPUASAN PENGGUNA AKHIR SOFTWARE ANALISIS KREDIT. *Vol. 10, No.3, Oktober 2020*, pp. 245-260.
- Ririn Rena Ariana, M. H. (u.d.). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ULANG UANG ELEKTRONIK OVO DENGAN BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Sambul, G. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Productivity, Vol. 3 No. 6 2022 e-ISSN. 2723-0112*, 501-506.
- Sambul, G. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI di Kota Manado. *Productivity, Vol. 3 No. 6 2022 e-ISSN. 2723-0112*, 501-506.
- Saputri, D. S. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. *Vol. 2 No. 2 (November 2023)* , Hal. 99-108.
- Siti Rodiah, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *1 (2) (2020) 66-80*, 66-80.
- Sitinjak, L. J. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT

PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY.
Volume 8 Nomor 2 Mei 2019, ISSN: 2089-3477.

- Talatu O, G. I. ((2014)). The Impact of KnowledgeBased Trust (Kbt) on The Adoption and Acceptability of Cashless Economy in Nigeria. *International Journal of Computer Science and Information Technology.*
- Tiara Natalie, G. L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Vol. 1, No. 1, Desember 2021.*
- Wibowo, A. S. (u.d.). MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA UNTUK MELAKUKAN TRANSAKSI PEMBAYARAN SPP. 1-13.
- Wibowo, S. F. (2015). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY CARD (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA). *Vol. 6, No. 1, 2015.*