

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiati, E., Supriyadi, S., & Hanifah, U. (2022). *Psikologi pendidikan dan bimbingan peserta didik*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Ahmad, A., Mirati, R. E., & Purwaningrum, E. (2024). Pengaruh brand image dan product design terhadap keputusan menggunakan bank digital (Studi kasus Blu by BCA Digital). *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 4(3), 606–618.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andriani, M., Ilaahi, S., Rofianto, W., & Wardani, D. (2024). Penerapan Dukungan Teknologi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Banking Super-APP Platform. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 79-98.
- Basuki, R., Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., Limanta, L. S., & Setiawan, D. (2022). The effects of perceived ease of use, usefulness, enjoyment and intention to use online platforms on behavioral intention in online movie watching during the pandemic era. *Doctoral dissertation, Petra Christian University*.
- Bisnis.com. (2024, Mei 25). Top 7 bank digital di Indonesia kuartal I/2024: Seabank teratas, hibank melesat. <https://finansial.bisnis.com/read/20240525/90/1768141/top-7-bank-digital-di-indonesia-kuartal-i2024-seabank-teratas-hibank-melesat>
- Bregasthian, B., Christian Herdinata, S. E., & MM, C. (2021). The effect of perceived ease of use, usefulness and risk on intention to use the go-food application in Surabaya and Sidoarjo. *KnE Social Sciences*, 169–183.
- Chuang, & Min, L. (2016). The adoption of fintech service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Science*, 3(7), 01–15.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- 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.
- Desvronita. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran e-wallet menggunakan technology acceptance model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- DetikFinance. (2024, Maret 29). Hasil survei: Bank digital RI tumbuh pesat gegara Gen Z. <https://finance.detik.com/moneter/d-7430230/hasil-survei-bank-digital-ri-tumbuh-pesat-gegara-gen-z>
- DJPb. (2022). *Digital Banking*. Kemenkeu RI. Retrieved from <https://djp.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/odading/2919-digital-banking.html>

- Efendi, M. R., Nuroh, K., & Hakim, A. L. (2025). Perencanaan tujuan dan sasaran evaluasi kinerja. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). The effect of perceived usefulness, ease of use and trust on interest in use in the OVO application. *Indonesian College of Economics*, 1–15.
- Esthiningrum, A., & Sari, S. P. (2020). *Pendekatan Theory Reasoned Action (TRA) dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam minat transaksi menggunakan e-money*.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi LISREL 8.54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani, Y. (2021). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Online Sebagai Media Untuk Mengelola Atau Memanajemen Keuangan. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(2), 454-461.
- Fu, J., & Mishra, M. (2022). Fintech in the time of COVID–19: Technological adoption during crises. *Journal of Financial Intermediation*, 50, 100945.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi ke-8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gideon, D. S., & Mirza, (2021). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Effort Expectancy dengan Intention to Use sebagai Variabel Intervening terhadap Use Behavior Mobile Banking (Studi pada Bank BNI di DKI Jakarta)*. Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Hartono, B., & Atmaja, H. E. (2021). SDM Digital: Strategi Transformasi Bank Menjadi Bank Digital. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 49–60.
- Kusuma, G. W., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2024, December). *Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Kinerja Pemasaran dengan Karakter Kewirausahaan sebagai Variabel Moderasi*. In Seminar Nasional Riset Inovatif (Vol. 9).
- Marketing.co.id. (2024, Februari 21). Strategi dan prediksi tantangan industri perbankan digital di 2025. <https://marketing.co.id/strategi-dan-prediksi-tantangan-industri-perbankan-digital-di-2025/>
- Muftiasa, A., Sugesco, S., Sultan, M. A., & Hurriyati, R. (2022, July). The integration of perceived usefulness, ease of use and perceived risk in increasing customer usage intention to access e-channel during Covid-19: Evidence from Indonesia. In *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)* (pp. 262–266). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220718.041>
- Mukhra, U. H., Makruf, J. J., Kesuma, T. M., Nizam, A., & Siregar, M. R. (2024). *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Syiah Kuala University Press.

- Oktawiranti, A., Achmad, G. N., ZA, S. Z., & Indriastuti, H. (2025). *Jejak Digital Keuangan: Memahami Perilaku Pengguna Bank Digital*. Deepublish.
- Ong, V., & Nuryasman, N. (2022). Pengaruh persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 516.
- Padang, R. R., Tampubolon, J., Muttiwijaya, G. T. P., Ferdianto, J. R., & Putra, M. P. (2025). Socialization and Stengthening Management Organization Community Transformation in the Digital Era. *Jurnal Abdimas Maduma*, 4(2), 65-71.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang e-wallet pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72–85.
- 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 Universitas Udayana*, 27(2), 927–953.
- Pratama, P. D. A., & Suprapti, N. W. S. (2023). Customer Satisfaction Role in Mediating the Influence of Service Quality and Promotional Appeal on Electronic Word of Mouth. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 1012-1021.
- Puspitasari, A., Widayanto, R., & Nugraha, H. S. (2023). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Actual System Use melalui Intention to Use sebagai Variabel Intervening pada Layanan Subscription Video On Demand*. (Studi pada Pengguna Netflix di Kota Semarang). Universitas Diponegoro.
- Puspitasari, N. P. Y., & Nugraha, I. G. N. B. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah BRI Unit Penarukan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(1), 64–73.
- Putra, K. E. S., Yasa, N. N. K., Sukawati, T. G. R., & Widagda, I. G. N. J. A. (2023). Integration Perceived Risk, Travel Constraints, and Social Influences in Theory of Planned Behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 957-964.
- Putri, E. N., & Sabaruddin, L. O. (2025). Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Perceived Trust on Behavior Intention to Use Mobile Banking. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 5(2), 547–554.
- Rahmawati, A. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256.
- Rahmawati, D., & Andhaniwati, E. (2024). Peran self-control dalam memoderasi hubungan persepsi kemudahan dan manfaat terhadap perilaku pembelian

- impulsif pada pengguna e-wallet. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2750–2763.
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan perbankan digital di Indonesia: Indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70-80.
- Septa, D., & Ali, H. (2024). Persepsi Manfaat Kemudahan Terhadap Niat Dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 6(2).
- Sherinadila, A. J. (2020). *Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan internet banking di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Siregar, T. (2025). Determinants Of Intentions To Use Mobile Banking With The Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *Journal of Islamic Financial Technology*.
- Siregar, T. S., Nasution, H. F., Fauzan, M., & Matondang, Z. (2024). Determinants of intentions to use mobile banking with the Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Journal of Islamic Financial Technology*, 5(1), 1–12.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, N. G., & Fitranita, V. (2025). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kebermanfaatan yang Dirasakan terhadap Keberlanjutan Penggunaan E-Wallet pada Pelaku UMKM di Indonesia Dimoderasi oleh Risiko Keamanan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(3).
- Telagawathi, N. L. W. S., Suci, N. M., & Heryanda, K. K. (2021). Implikasi kewirausahaan terhadap digitalisasi ekonomi dan ekonomi kemandirian UMKM kerajinan tenun di Provinsi Bali. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 228–240.
- Telagawathi, N. L. W. S., Yanti, N. P. Y. P., & Widiastini, N. M. A. (2024). Strategi transformasi digital UMKM kerajinan tangan pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Gianyar, Bali. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 30–39.
- Tiong, W. N. (2020). Factors influencing behavioural intention towards adoption of digital banking services in Malaysia. *International Journal of Asian Social Science*, 10(8), 450–457.
- Uno, H. B. (2023). *Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan*. Bumi Aksara.
- Verawati, L., Anwar, M. S., & Afiati, L. (2024). Intention To Use Mobile Banking Application: Empirical Evidence From Indonesia. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 17(1).

Yusvianto, A. G., & Hapsari, R. (2024). Factors influencing e-servicescape on continuance intention: A case study of Blu by BCA Digital in Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 13(2), 435–445.

