

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. M., & Pratomo, D. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi (studi Pada Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Di Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung). *E-Proceeding of Management*, 3(1), 1516–1522. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen t/article/view/1826>
- Andrianto, I. K., Sudarwanto, T., & Haryanti, P. (2022). Pengaruh Performance, Reliability, And Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking BRI Syariah Kc Jombang. *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 3(2), 91–99. <https://doi.org/10.33752/jies.v3i2.529>
- Bolodeoku, P. B., Igbino, E., Salau, P. O., Chukwudi, C. K., & Idia, S. E. (2022). Perceived usefulness of technology and multiple salient outcomes: the improbable case of oil and gas workers. *Heliyon*, 8(4), 533–541. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09322>
- Danang Sunyoto. (2015:140). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Davis, F.D. (1989) “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, 13(3), hal. 319–340. Tersedia pada: <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Erina Novelia, Ihsan Effendi* & Yuni Syahputri. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Linkaja Dengan Technology Acceptance Model Analysis of the Use of Linkaja Applications with the Technology Acceptance Model *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2) 2021: 117-128 DOI: 10.31289/jimbi.v2i1.453
- FAUJI, DIAH AYU SEPTI and WIDODO, MOCH WAHYU (2020) *Financial Technology*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri. ISBN 978-623-94619-0-4
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). Understanding attitude and predicting social behavior. NJ: Prentice-Hall.
- Flavián, C. & Guinalú, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a website. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601-620

- Googel (sumber.<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230724151844-128-456814/ri-punya-bursa-kripto-jual-beli-bitcoin-cs-tak-sebebas-dulu>) yang diakses pada tanggal 11-November-2023.
- Googel jumlah pengguna Tokocrypto pada sumber:
<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokocrypto>.
- Indah Puspitasari dan Vita Briliana (2017). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus pada Website Zalora Indonesia).
- Iriani, Annisa Fitri. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Business*, 2 (2).
<https://doi.org/10.24256/dinamis.v2i2.125>.
- Juniwati, J. (2015). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Enjoyment* dan *Trust* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai *Intervening* pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 140.
- Jurniawati (2015). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Enjoyment* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening* pada Belanja Online (Studi pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak).
- Kasmir. (2017). Pengantar Manajemen Keuangan. Edisi Kedua (Jakarta : Prenada Media Group.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing Management* (14th Editi). Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kurniasari, R., & Zunaidi, A. (2022). Analisa Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) Terhadap Return On Asset (ROA). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 708–742. Retrieved from
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/305>
- Lupiyoadi, Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Kedua. Jakarta Salemba Empat.
- Marginingsih, Ratnawaty. 2019. Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan. *Journal Cakrawala* Volume 19 No.1 Maret 2019 PIISSN 1411-8629, E-ISSN: 2579- 3314.
- Mariati Tirta Wijaya, Elisya Pramana Putri dan Ce Gunawan (2020) Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust terhadap

Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi.

- Meera, A.K.M. (2018). Cryptocurrencies from islamic perspective: The case of bitcoin. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 20(4), 475-492.
- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness, 89 Perceived Ease of Use , dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gojek Bandung). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2026–2033.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1945>
- Nguyent et.,al (2016). *Predicting Consumer Intention to Use Mobile Payment Services: Empirical evidence from Vietnam* International Journal of Marketing of Marketing.
- Nur, Wahyuni. (2019). Penggunaan TAM dalam Analisis Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universtias Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3 (3). <https://doi.org/10.13472/jmm.v3i3.112>.
- Nyoman, I Gede. (2021). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penggunaan Online Banking di PT. Bank Rakyat Indonesia, Cabang Gianyar. *Warmadewa Management and Business Journal*, 3 (1). <https://doi.org/10.42135/wmbj.v3i1.245>.
- Puspitasari, I., & Briliana, V. (2018). Pengaruh Perceived Ease-of-Use, Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2), 171–182.
- Rahayu, Flourensia Sapy. (2017). Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Rahayu, Imam Sugih. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia Cabang Yogyakarta. *JESI: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 5 (2).
<https://doi.org/10.21927/jesi.v5i2.137>
- Ramadhan, A. G., 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(9), p. 3.
- Raman, P. (2019), "Understanding female consumers" intention to shop online: The role of trust, convenience and customer service", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 31 No. 4, pp. 1138- 1160.
<https://doi.org/10.1108/APJML-10-2018-0396>

- Sanusi, C. A., Kusumadewi, R., & Aziz, T. S. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Toll. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 391–405.
<https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1673>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan (R&D)*. Bandung. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20106>
- Trisnawati, E., Assegaff, S., & Rohaini, E. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceive Usefulness, Service Quality, Perceived Value terhadap Customer 91 Saticfaction pada Pengguna Grab (Studi Kasus Mahasiswa STIKOM DB Jambi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 1(2), 82–96. <http://ejournal.stikom-db.ac.id/index.php/jimsi/article/view/693/478>
- Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2012). Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(2), 126–141.
- Vabiola Ghantynireta, B., Inayatillah, I., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 114–122.
<https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i2.189>
- Vabiola Ghantynireta, B., Inayatillah, I., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 114–122.
<https://doi.org/10.22373/jimebis.v2i2.189>
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120.

- Wang dan Inderstrong (2016). *A Study on User's Intention of Using Mobile Payment* International Journal of Services: Basic and Applied Research (IJSBAR)
- Winarsih, T. (2022). Memaknai Perkembangan Fintech Syariah melalui Sistem Akad Syariah. *POPULER: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(3), 130–142.
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. dan Gremler, D.D. (2009). *Service Marketing – integrating customer focus across the firm* (5th ed.) New York: McGraw-Hill.
- Zulpahmi, Asrunputri, A. P., Sumardi, & Nugroho, A. W. (2022). *Islamic Green Finance : The Future Of Finance*.