

DAFTAR PUSTAKA

- Agesta, V. K. (2018). *Pengaruh produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sanggar Bunga Mayang Bandar Lampung* (Skripsi).
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- Ferdinand, A. (2012). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fitriani, N., & Hidayat, R. (2020). *Pengaruh TAM terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, 8(2), 132–141.
- Gardjito, S. (2014). *Analisis regresi berganda untuk penelitian sosial ekonomi*. Yogyakarta: BPF E.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunara, T., & Sudibyo, U. H. (2006). *Marketing Muhammad: Strategi Bisnis Nabi Muhammad dalam Memenangkan Persaingan Pasar* (Cetakan pertama). Bandung: Maret.
- Hasan Ali. (2004). *Asuransi Syariah dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hertanto, R. (2017). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ikram, M. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Markas Al-Islami Makassar* (Skripsi).
- Isrososiawan, T., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). *Pengaruh TAM terhadap penggunaan mobile payment*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 7(1), 33–41.
- Karim, A. A. (2019). *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid II, Edisi VIII). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Martini, T. (2015). *Analisa pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis Skutermatik*. Jurnal Penelitian.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan Perkembangan Industri Keuangan Syariah*. Jakarta: OJK.
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, M. Y. (2020). *Analisis pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap niat penggunaan sistem informasi dengan model TAM*. Jurnal Sistem Informasi dan Komputer Akuntansi, 2(1), 47–57.
- Priyatno, D. (2010). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Ramadhani, N. H., & Susanto, A. (2020). *Pengaruh TAM terhadap penerimaan aplikasi digital banking*. Jurnal Ekonomi Digital, 1(2), 105–115.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: Wiley.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.