

**KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG EMAS PADA
APLIKASI TRING! BY PEGADAIAN DI PEGADAIAN
SYARIAH CABANG BLAURAN SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

ADIBAH BADZLINA

NIM : 08040422083



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya, Adibah Badzlina, 08040422083, menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 3 Maret 2026



Adibah Badzlina

NIM. 08040433083

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 15 April 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M.

NIP. 198606212007011030

LEMBAR PENGESAHAN

KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG EMAS PADA APLIKASI TRING! BY PEGADAIAN DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG BLAURAN SURABAYA

Oleh:
Adibah Badzlina
NIM: 08040422083

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 12 Mei 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M.
NIP. 198606212007011030
(Penguji 1)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.El
NIP. 198106062009012008
(Penguji 2)
3. Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI
NIP. 198701242025211038
(Penguji 3)
4. Febry Fabian Susanto, S.Si., M.Ak
NIP. 199602172024031001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 12 Mei 2026



Dr. Surajul Arifin, S.Ag., S.S. M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERTANYAAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adibah Badzlina
NIM : 08040422083
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah
E-mail address : adibahbadzlina111@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Keputusan Nasabah Menabung Emas Pada Aplikasi Tring! By Pegadaian di Pegadaian Syariah
Cabang Blauran Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juni 2026

Penulis

()
Adibah Badzlina

ABSTRAK

PT Pegadaian memiliki aplikasi Tring! by Pegadaian, sebuah layanan digital berbasis sistem dan smartphone. Nasabah dapat dengan mudah dan aman melihat informasi produk dan melakukan berbagai transaksi dengan aplikasi ini, termasuk aplikasi gadai dan kredit mikro. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana keputusan nasabah untuk menabung emas menggunakan aplikasi Tring! by Pegadaian di Cabang Pegadaian Syariah Blauran di Surabaya dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, dan *Perceived Convenience*.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, mengumpulkan data dengan mengirimkan kuesioner kepada 240 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Nasabah yang telah menggunakan aplikasi Tring! by Pegadaian untuk melakukan transaksi tabungan emas merupakan populasi penelitian. Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung emas. Sebaliknya, variabel *Perceived Convenience* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai F terhitung sebesar 885,306, yang lebih tinggi dari nilai F tabel sebesar 2,41, dan nilai signifikansi sebesar 0,00, yang kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa semua faktor independen secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen berdasarkan pengujian simultan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Pegadaian Syariah terus meningkatkan aspek kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap aplikasi Tring! by Pegadaian, serta melakukan evaluasi terhadap faktor kenyamanan agar dapat lebih mendorong peningkatan keputusan nasabah dalam menabung emas secara digital.

Kata Kunci: Kenyamanan, Keputusan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Penggunaan, Persepsi Kepercayaan, Tring! by Pegadaian.

ABSTRACT

PT Pegadaian has developed the Tring! by Pegadaian application, a digital service based on system and smartphone platforms. Through this application, customers can easily and securely access product information and conduct various transactions, including pawn applications and microcredit services. This study aims to examine how customers' decisions to save gold using the Tring! by Pegadaian application at Pegadaian Syariah Blauran Branch in Surabaya are influenced by Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, and Perceived Convenience.

This research employs a quantitative methodology by distributing questionnaires to 240 respondents selected through purposive sampling. The population consists of customers who have used the Tring! by Pegadaian application to conduct gold savings transactions. Multiple linear regression analysis was applied using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 26.

The results indicate that partially, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust have a positive and significant effect on customers' decisions to save gold. In contrast, Perceived Convenience does not have a significant effect. The calculated F-value of 885.306, which is higher than the F-table value of 2.41, and a significance value of 0.00, which is lower than 0.05, demonstrate that all independent variables simultaneously have a positive and significant effect on customers' decisions. Based on these findings, it is recommended that Pegadaian Syariah further enhance the aspects of usefulness, ease of use, and trust in the Tring! by Pegadaian application, as well as evaluate the convenience factor to further encourage customers' decisions to save gold digitally.

Keywords: *Perception of Ease, Use, Security Trust, Comfort, Decision, Tring! by Pegadaian.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERTANYAAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Akademis	11
BAB 2 LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.2 <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan)	15
2.1.3 <i>Perceived Ease Of Use</i> (Persepsi Kemudahan).....	15
2.1.4 <i>Perceived Trust</i> (Persepsi Kepercayaan).....	16
2.1.5 <i>Perceived Convenience</i> (Persepsi Kenyamanan)	17
2.1.6 Keputusan Menabung Emas.....	18
2.2 Landasan Teologis.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	33

2.4 Kerangka Berpikir.....	38
2.5 Hipotesis.....	39
BAB 3 METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.4 Sumber Data.....	48
3.5 Variabel dan Indikator Penelitian.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data Penelitian	51
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.9 Uji Hipotesis.....	57
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.2 Gambaran Umum Responden	67
4.3 Analisis Deskriptif Persepsi atau Penilaian Responden tentang Variabel Penelitian.....	72
4.4 Uji Instrumen Data.....	76
4.5 Uji Asumsi Klasik	79
4.6 Analisis Regresi Berganda	83
4.7 Uji Hipotesis.....	85
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	89
BAB 5 PENUTUP.....	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Daftar Pernyataan Kuesioner dan Sumbernya.....	49
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	52
Tabel 3. 3 Kategori Uji Determinasi	59
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	68
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	69
Tabel 4. 4 Uang Saku Perbulan Responden (Belum Bekerja)	69
Tabel 4. 5 Penghasilan Responden Perbulan (Sudah Bekerja)	70
Tabel 4. 6 Frekuensi menggunakan Tring! by Pegadaian per bulan	71
Tabel 4. 7 Analisis deskriptif variabel Perceived Usefulness	72
Tabel 4. 8 Analisis deskriptif variabel Perceived Ease of Use	73
Tabel 4. 9 Analisis deskriptif variabel Perceived Trust.....	74
Tabel 4. 10 Analisis deskriptif variabel Perceived Convenience	75
Tabel 4. 11 Analisis deskriptif variabel Keputusan Menabung.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	77
Tabel 4. 13 Hasil Uji reliabilitas	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	80
Tabel 4. 15 Hasil uji multikolinieritas.....	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji heteroskedastisitas	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji regresi linier berganda	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	86
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	87
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM)	13
Gambar 2. 2 proses keputusan konsumen	19
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4. 1 Penampilan Aplikasi Tring! by Pegadaian	65
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P=P Plot	80



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2008). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ali, A. M. (2017). *Memilih Transaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pt . Bank Muamalat Tbk . Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Alwi, H. R. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *Journal of Engineering Research*, 10(1), 35–45.
- Arriza, U., Sunaryo, H., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11(10), 1–9. www.fe.unisma.ac.id
- Aulia, N. S., & Marsasi, E. G. (2024). The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Task Technology Fit to Increase Perceived Impact on Learning. *Sentralisasi*, 13(1), 163–181. <https://doi.org/10.33506/sl.v13i1.3031>
- Ayu, M. (2024). *Pengaruh Tingkat Kenyamanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Dengan Akad Salam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* (Issue 1951020029). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding service convenience. *Journal of Marketing*, 66(3), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.3.1.18505>
- Bugin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: kencana prenada media group.
- C. Gardner and D. L. Amoroso. (2004). *Development of an instrument to measure the acceptance of Internet technology by consumers*. 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2004.1265623>.
- Collier, J. E., & Kimes, S. E. (2013). Only If It Is Convenient: Understanding How Convenience Influences Self-Service Technology Evaluation. *Journal of Service Research*, 16(1), 39–51. <https://doi.org/10.1177/1094670512458454>
- Fauzan, M., Harahap, M. I., & B. Syarbaini, A. M. (2025). The Influence of Perceived Convenience, Service Features and Trust on E-Toll Using Behavior. *Electronic Journal of Education, Social Economics and Technology*, 6(1), 45–

52. <https://doi.org/10.33122/ejeset.v6i1.357>

Fauzi Andhika Raihan. (2020). Ilmu Tauhid Sebagai Pegangan Hidup Umat Islam Di Era Modern. *Ilmu Tauhid*.

Fred D. Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Inexperience and experience with online stores: The importance of TAM and trust. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 50(3), 307–321. <https://doi.org/10.1109/TEM.2003.817277>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit-Undip.

Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Haedar Shafiq. (2025). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Quality untuk Mengakselerasi Intention to Use melalui Technology Acceptance Model pada Konsumen E-wallet Generasi Y dan Z*. Universitas Islam Indonesia.

Hair, J. ., C.Black, W., Babin, B. J., & E.Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Handaruwati, I. (2020). *Analisa Kualitas Pelayanan , Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Tindakan Pembelian Produk Secara Online*. 2(4), 218–223.

Jefry, T., Annisa, A., Maulidia, A., & Medinah, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4, 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan* (Ed. 1.).

Junef, I., Zulfa, F. F., Hari, A. H., Nirdukita, R., Alif, D., Nurul, A. M., Conrad, H., & Teguh, D. (2025). *Pengantar Ekonomi Syariah : Konsep, Prinsip, dan Praktik*. PT Bukuloka Literasi Bangsa Distributor:

Kasali, R. (2018). *The Great Shifting: Series on Disruption*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hal.

Kurniawan, S. B. (2022). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan,*

Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan, dan Persepsi Kecocokan Terhadap Sikap Pengguna Internet Banking. 06, 49–54.

Lasut, C. E., Saerang, I. S., & Sumarauw, J. S. B. (2025). Pengaruh Proporsi Hutang, Profitabilitas, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Volatilitas Harga Saham Emiten Perbankan di BEI Periode 2019-2023. *Jurnal EMBA, 13*(2), 48–60.

Leli, A. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto).” Purwokerto : UIN K.H.Syaifuddin Zuhtri.

Lestari, R. (2025). *Perceived Convenience dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham. 4*(2), 323–330.

Marni, M., & Sirajul, A. (2025). *Peran Pegadaian Syariah Dalam Pengembangan Inklusi Keuangan Syariah Di Indonesia. 3*(2), 99–111.

Martin, F., & Ajzen, I. (1975). *Theory of Reasoned Action*. <https://www.simplypsychology.org/theory-of-reasoned-action.html>

Mayer et al. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust Author (s): Roger C . Mayer , James H . Davis and F . David Schoorman Published by : Academy of Management Stable URL : <http://www.jstor.com/stable/258792> REFERENCES Linked references are available on JSTOR f. *Academy of Management Review, 20*(3), 709–734.

McKnight, H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research, 13*(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>

Ngafifi, M. (2024). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Pembangunan Pendidikan: Pondasi Dan Aplikasi, (2) 1*(3), 33–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>

Nur, A. D., Zaim, F. A., & M.Zainal, A. (2019). Pemikiran Ekonomi Syariah Menurut Muhammad Abdul Mannan Dan Muhammad Baqir Al-Sadr. *Jurnal Hukum Bisnis Islam, 9*(1).

OJK. (2015). *Kodifikasi Produk Dan Aktivitas Standar Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah. 53*(9), 1689–1699. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttps://dx.doi.org/10.1016/j.jmes.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttps://dx>

doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12

- Panyekar, A. (2024). The Role of Brand Equity, Brand Authenticity, Brand Trust to Increase Customer Satisfaction. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(1), 71–89. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.25144>
- Pegadaian. (2025). *Kenali Produk Tabungan Emas*. Pegadaian. https://pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas?utm_source=chatgpt.com
- Pegadaian. (2026). *Pegadaian*. <https://pegadaian.co.id/>
- Priyani, A., Maryam, S., & A.Y, B. (2020). Studi Komparasi Persepsi Kemanfaatan Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Antara Generasi X, Generasi Y, Dan Generasi Z. *Edunomika*, 4(02), 357–368.
- Putri, R. P. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Rahmawati, N. (2019). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Kenyamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bri Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi*.
- Ramdhani, H. (2020). Pengaruh Trust terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet di Indonesia. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 223–236. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.131>
- Sabrini, I. D. (2018). *Mengamati Perubahan Perilaku Ekonomi Manusia dalam The Great Shifting*. INews.Id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/mengamati-perubahan-perilaku-ekonomi-manusia-dalam-the-great-shifting>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Perilaku konsumen* (7th ed.). USA : Pearson prentice hall.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed Methods)* (Sutopo (ed.); 6th ed.). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Susanti. (2015). *Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Mobile Banking*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Wiratna, S. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). Yogyakarta : PT Pustaka Barupress.

Wisnusakti, K., Mayasari, E., F., F. K., Ronald, Elisanti, A. D., Maryani, H., Kurniati, S. R., Wahidin, M., Samosir, R. N., Murtiningrum, W., Sulastrri, A., Indah, F. P. S., Salim, N. A., & Pane, A. S. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Triyana Harlia Putri (ed.)). Future Science.

Yolanda, A., Brawijaya, U., & Haryono, J. M. T. (2024). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce)*. 1–20.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A