

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. In FORUM EKONOMI (Vol. 24, No. 2, pp. 245-258).
- Agdhanni, F. P., & Wardhani, N. I. K. (2022). TINGKAT KEPUASAN NASABAH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA PT BANK MANDIRI. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 188-194.
- Almuntaha, Eska, (2008). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Assauri, Sofjan, (2012). Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Basri, A. I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking. *Bisman*, 2(1), 1–18.
- Cahyaningtyas, A. W., & Witono, B. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, RISIKO, DAN LIFESTYLE TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 149-159.
- Chandra, I. R., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Penggunaan E-Spt Dalam Pelaporan Pajak. *Jurnal Nominal*, 72-87.
- Christiani, M. F., & Immanuela, I. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA NASABAH BANK DI MADIUN. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)*, 9(3), 220-232.
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(1), 111-122.
- Darista, S. M. R., & Mujilan, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO sebagai Alat Pembayaran E-Money. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 9(01).
- Davis, F. D., (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS quarterly*. Volume. 13(3), pp. 319-340.

- De Oliveira, R., Cherubini, M., & Oliver, N. (2012). Influence of usability on customer satisfaction: A case study on mobile phone services. *CEUR Workshop Proceedings*, 922(September), 14–19.
- Dirwan, D. (2018). Pengaruh Kenyamanan dan Kemudahan Penggunaan Fasilitas atm BNI Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 15(2).
- Dirwan, D. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323-332.
- Dirwan, D., & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288-298.
- Dwi Mastia Harlan, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking. (Skripsi, Akuntansi, Yogyakarta, 2014).43.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 7.
- Ferista W, Yoka. (2014). Pengaruh Risiko yang diresepsikan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Kaskus *Website* di Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Yogyakarta
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Eviews 10, Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19”, Edisi 5 Cetakan V, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, S. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Pesepsian terhadap Bertransaksi Menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Herna, Kemala. (2009) Pengujian Tingkat Keamanan dan Privasi Pengaruhnya terhadap Keinginan untuk Menggunakan *Mobile banking*. Skripsi Sarjana Strata I, tidak diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.

- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 16-21.
- Ismail, H. A., & Purwani, T. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Mobile banking*. *Indicators: Journal of Economic and Business*, 3(2), 151-157.
- Jahja, Y. (2011). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Kencana Prenada media group.
- Jogiyanto. (2017). Konsep Dasar Sistem Informasi.
- Juliansya, A. (2018). Pengaruh teknologi informasi kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh persepsi keamanan dan privasi terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen *online*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1).
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2018). *Marketing Management 16th edition*. New Jersey: Pearson.
- Lackermair, G, D. Kailer and K, Kanmaz, (2013), Importance of Online Product Reviews from A Consumer's Perspective, 1(1), pp.1-5.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- M. Nur Rianto Al Arif, (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta), hlm 213–14.
- Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021). PENGARUH KETERSEDIAAN FITUR LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BCA MOBILE DI WILAYAH JABODETABEK. *ACCOUNT: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 201-202.

- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). PENGARUH EFISIENSI, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI ULEE KARENG BANDA ACEH). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56-72.
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). PERAN *PUBLIC RELATIONS*, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN DALAM MENDORONG MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (Studi Kasus Pengguna *Mobile banking* BNI Syariah di Kota Depok). *ACCOUNT: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 7(1).
- Nugraha, A. R., Zulkarnain, Z., & Sulistyowati, L. (2017). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS LAYANAN M-BANKING DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT MEMILIKI PRODUK LAIN DI PT BANK RIAU KEPRI CABANG UTAMA PEKANBARU. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 116-127.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Panjaitan, D. J., & Firmansyah. (2018). Pelatihan Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan SPSS. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, 1(1), 40.
- Permatasari, B. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BCA. *Journals of Economics and Business*, 2(2), 1-16.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1-9.
- Rachmatsyah, A. D. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BCA di Pangkalpinang Terhadap *Mobile banking*. *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*.
- Rahardjo, Budi. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Indonesia.
- Ramadhan, I. C., & Anggraeni, T. C. (2022). PENGARUH PROMOSI, KEAMANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(01), 01-11.

- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Traveloka Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1-14.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92-102.
- Sadirman. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Sanusi, E., & Johannes, P. H. (2013). Analisa Kepuasan Konsumen Dilihat dari Aspek Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Guest House di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 376-388.
- Saputro, B. D., & Sukirno, S. (2013). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kecemasan berkomputer dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan internet banking. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 36-63.
- Sentot, I. W. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Ghara Ilmu. Yogyakarta.
- Simplice, A. (2015). *Conditional Determinants of Mobile Phones Penetration and Mobile banking in Sub-Saharan Africa*. African Governance and Development Institute.
- Sugiyono, P D. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, W. T., ariyanti, M., & Sumrahadi. (2017). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri, *e-Proceeding of Management*, 25-31. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/123816/jurnal_epr oc/pengaruh-daya-tarik-promosi-persepsi-kemudahan-persepsi-kemanfaatan-dan-harga-terhadap-minat-beli-e-toll-card-bank-mandiri.pdf.
- Utami, S. S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 8(1).

- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 295-314.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan *Mobile banking*. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88-96.
- Widjaja, Yani Restiani dan Irpan Nugraha. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.I, No.1:2527-5143
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*. 5 (1). 34-42.
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245–260. <http://dx.doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>
- Zahid, N., Mujtaba, A., & Riaz, A. (2010). Consumer acceptance of *online* banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 27(1), 2010.