

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Supriyanto, B. B. W. & B. B. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank. *Cogent Business & Management*, 8:1, 19378. doi: 10.1080/23311975.2021.1937847
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2023). Consumer adoption of mobile banking in developing countries: The role of trust and perceived risk. *Journal of Business Research*, 157, 11362. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113621>
- Alyani Vinasti, M., Ramdan, A. M., Mulia, F., Sukabumi, U. M., Id, M. A., Id, A., & Id, F. A. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Mobile Banking. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 2022. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Amerta, I. M. S., & Warmika, I. N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 12(6), 1571–1589. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/105485>
- Ananda, A. S., & Fasa, M. I. (2024). KEMUDAHAN DAN EFISIENSI M-BANKING SEBAGAI SOLUSI PRAKTIS DI ERA DIGITAL CONVENIENCE AND EFFICIENCY OF M-BANKING AS A PRACTICAL. *November*, 7725–7729.
- Andini & Hariyani. (2023). DAMPAK DATA SECURITY TERHADAP ADOPTSI PENGGUNAAN FINTECH BAGI GEN Z. *Journal of Financial Economics*, 60(3), 187–243.
- Asih Kurnianingsih, L. N. (2021). FAKTOR KEAMANAN TRANSAKSI DAN PERSEPSI RESIKO DALAM MEMUTUSKAN PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN NASABAH (Studi pada Nasabah Non Perorangan BNI Direct). *Vol 1 No 02 (2021): Jurnal Manajemen Retail*, 179–200.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk , Strategi Pemasaran , dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. 2(2), 72–81.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156–167.
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302.
- Chrisandita, G. M., & Sukartha, I. M. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Efisien Wajib Pajak Orang Pribadi pada

- Penggunaan E-Filling. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3215. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i7.3520>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan ...*, 1, 60–70. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2323>
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah. (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik. 7 (1): 61.
- Efata, J. E., & Radianto, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi (JIE)*, 22(1), 33–45. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/14619>
- Fahmi, I., Fachruddin, R., & Silvia, V. (2019). Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 71–75.
- Fauziah, N., & Safitri, E. (2023). Evaluasi Persepsi Keamanan dan Privasi dalam E-commerce. *Dinasti Review: Jurnal Manajemen*, 4(2), 255–. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/download/1548/934/4033>
- Hasan, A. A. T., Biswas, C., Roy, M., Akter, S., & Kuri, B. C. (2020). The applicability of theory of planned behaviour to predict domestic tourist behavioural intention: The case of bangladesh. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1019–1026. <https://doi.org/10.30892/gtg.31313-536>
- Hidayat fahrul, D. (2023). *Determinan Penggunaan dan Manfaat Instagram Sebagai Media Promosi pada Bisnis Digital di Masa Pandemi*. 31–41.
- Hidayati, H., Wediawati, B., & Sari, N. (2023). Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Dinamika*, 11(1), 38–.
- Himel, M. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K., & Hossain, M. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, 2(1), 72–96. <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>
- Johansen, J., & Keni, K. (2025). Peran kualitas sistem informasi dan perceived usefulness dalam meningkatkan kepuasan pasien rumah sakit swasta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1 SE-Articles), 13–27. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i1.33832>

- Karmanta, I. M. A., & Kusumadewi, N. M. R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Shopee. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 13(1), 25–40. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/104076>
- Khaira, N., Az-zahra, H. M., & Rusydi, A. N. (2020). Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Mobile Banking dengan Metode UX Curve (Studi Kasus : BRI Mobile Banking). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(3), 1003–1012. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7119%0A>
- Khancel, H. (2019). Digital Transformation: How to Organize the Digital Function Within the Tunisian Company? *Review of General Management*, 30(2), 145–154.
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2023). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *El-Aswaq*, 4(02), 541–551. <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25795>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2023). Trust and satisfaction in digital banking: Reassessing the mediating role of perceived usefulness and security. *Journal of Electronic Commerce Research*, 24(1), 15–30.
- Kusuma, I. A., Dwi, F., Afifah, N., Ruba, M. G., Yudha Utama, Y., & Kediri, I. (2023). Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1). <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Leoni Joan, T. S. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Lubis, D. (2023). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 123–132.
- Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account*, 8(1), 1423–1430. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3874>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of

organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

- Migueli, I., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2024). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap intention to use dengan attitude sebagai variabel intervening pada e-commerce Tokopedia di Yogyakarta. *Journal of Management and Digital Business*, 4(3). <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb>
- Mukhtar, M., Fatima, J., & Raza, S. A. (2023). Trust and loyalty in digital banking: A structural model approach. *International Journal of Bank Marketing*, 41(3), 478–495. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2022-0385>
- Nofiyanti, & Gunarso, W. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention pada Marketplace Shopee di Kecamatan Kebumen dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening*.
- Nunuk Latifah, Anna Widayani, R. A. N. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Nurhidayat, M. F., Komara, E., Rofianto, W., & Rimadiaz, S. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, KEAMANAN, HARGA, KEMUDAHAN, PROMOSI, TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN TERHADAP E-COMMERCE SHOPEE. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(2), 595–608. <https://doi.org/10.35384/jamie.v2i2.635>
- Nursani., Rizqon, M D A., Faiza, N., & Akbar, M. F. (2023). Determinants of Purchase Decisions among E-commerce Users: The Significance of Trust, Security, Price, Service Quality, and Risk Perception. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 97-116. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.7>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(5), 01–09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Patel, R., & Sharma, K. (2024). Building long-term customer trust and loyalty in the era of digital banking. *International Review of Financial Studies*, 39(3), 210–229. <https://doi.org/10.1080/1369108X.2024.00152>
- 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. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i2.112>
- Pitura, R. C., Rachma, N., & Rahman, F. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet ShopeePAY di kalangan generasi milenial (Studi pada mahasiswa manajemen UNISMA

- angkatan 2018). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UNISMA*, 2(1), 1-15. <http://www.fe.unisma.ac.id/>
- Prakoso, G., & Sugiharti, E. (2020). The Effect of Trust, Security and Price Perception On Customer Satisfaction. *Indonesian College of Economics*, 1(1), 1–15.
- Pujianto, R., Purwaningtyas, T., & Jannah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UB Fresh Mart. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JIMM)*, 9(2), 135–145. <https://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/15747>
- Puspasari, S. I., & Rojuaniah, R. (2023). Pengaruh enjoyment dan persepsi kegunaan terhadap continuance intention pada layanan over the top lokal. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3(2), 1–15. <https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.216>
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *PROFIT : Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8), 1–12.
- Putra, G. M., Farid, M., Informatika, J., Teknik, F., & Mulawarman, U. (2024). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Aplikasi BRImo (Studi Kasus : BRI Wilayah Tana Paser). 8(2).
- Rahmawati, A. A., & Aji, J. M. M. (2022). Persepsi konsumen dan strategi pemasaran dalam pengembangan agroindustri tiwul instan produksi kwt kenanga ponorogo. 21(1), 1–29.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Riduan, & Kuncoro, E. A. (2012). *Cara Mudah Menyusun dan Memahami Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, & Paulus Juru. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
- Said, A., Al-Debei, M. M., & Al-Lozi, E. (2024). The mediating role of trust in the relationship between service quality and customer loyalty in the banking sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103530>
- Sari, N. P. A., & Jatra, I. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi

- terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. . . *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(1), 259–286. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/50786>
- Satria Chandra Putra, W. G. I., & Ginting Amanda, J. (2022). Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 306–318. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Seririti, D. I. B. P. D. (2024). *PERANiMEDIASiKEPUASANiNASABAH PADA PENGARUH KUALITASiPELAYANAN TERHADAPiLOYALITASiNASABAH*. 6(1), 98–107.
- Sudyasjayanti, C., & Salsabil, S. (2020). Manfaat Dan Kemudahan Yang Dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Go Pay Pada Generasi Y Di Surabaya. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 310. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8225>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suri, M. M., Pakael, R. L., Keluanan, R. A., Im, E., Klau, M., Lian, Y. P., Komputer, I., Katolik, U., & Mandira, W. (2024). *Peran Aplikasi Mobile Banking dalam Kemudahan Transaksi Harian*. 8, 32127–32130.
- Suryani, D., Ermansyah, & Al Sukri, S. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(2021), 11–19.
- Syarifuddin, A. D. I. (2021). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar). *YUME : Journal of Management*, 4(1), 2021–2208. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.76>
- Tanuwijaya, A., & Zainul Arifin, A. (2023). Persepsi Resiko Pada Penggunaan M-Banking Dalam Layanan Perbankan Di Indonesia. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 11(2), 165–180. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v11i2.308>
- Tjong, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Cafe FR92. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 15(1), 1–13. <https://e-journal.uajy.ac.id/32619>
- Usman, N., Maslichah, M., & Mawardi, M. C. (2021). PENGARUH PERSEPSI NASABAH, KEPERCAYAAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kota Malang). *El-Aswaq*, 1(2). <https://doi.org/10.31106/LASWQ.V1I2.13290>
- Wardhana, Z. I. & A. (2023). “Populasi dan Sampel” dalam buku *Metode Penelitian* (hal. 167–197). Eureka Media Aksara.

- Wibawa, I. P. A. S., Jati, I. K., Sari, M. M. R., & Gdeary, I. (2021). Open Access The Influence of Tax Understanding , Technology Readiness , Ease of Using Efilling on MSME Individual Taxpayers Compliance. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 112–119.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Edisi 1). CV Seribu Bintang.
- Wilson, E. V., Hall-Phillips, A., & Djasasbi, S. (2015). Cognitive predictors of consumers' intention to comply with social marketing email appeals. *Computers in Human Behavior*, 52, 307–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.014>
- Yu, M.-C., Mai, Q., Tsai, S.-B., & Dai, Y. (2018). An empirical study on the organizational trust, employeeorganization relationship and innovative behavior from the integrated perspective of social exchange and organizational sustainability. *Sustainability*, 10(3), 864.
- Zulki, I. H. R., Noor, Z., & Pengantar, K. (2017). *BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL* DeePublish 2017.

