

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad Zuchri. 2021. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Abrillia, N.A. (2020). *Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan EWallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN), 8, ISSN 2337-6078. Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana [org/10.35137/jmbk.v8i2.419](https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419) pISSN: 2338 – 4794 e-ISSN: 2579- 7476 Vol.8. No. 2, Mei-Agustus 2020.
- Adestyan, F. M., & Rapida, I. (2022). *Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna BSI Net Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Suropaticore Bandung*. Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah), 6(1), 53–61. <https://doi.org/10.32627/maps.v6i1.586>.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For. Academic Publishing Service).
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). *User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust*. Nankai Business Review International, 5(3), 258–274. <https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2014-0005>.
- Andriyati, S., Hidayah, N., & Rismayani, V. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking*. Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(2), 139–159.
- Angelova, B., & Zekiri, J. (2011). *Measuring customer satisfaction with service quality using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model)*. International journal of academic research in business and social sciences, 1(3), 232.
- Balbhadra, B., & Rathod, A. (2016). *International Journal of Advance Research in Engineering, Science & Technology*. System, 2444(5), 1–8. http://www.ijarest.com/papers/finished_papers/150509234602.
- Beerli, A., Martin, J. D., & Quintana, A. (2004). *A Model of Customer Loyalty In The Retail Banking Market*. European Journal of Marketing, 38(1), 253–275.

- Chung, K.H., dan J.I. Shin. (2010). *The Antecedents and Consequents of Relationship Quality in Internet Shopping*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol 22, No 4, 473-91.
- Deliyana, Permatasari, Sukmasari. 2021. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca*. Journal Of Economic And Business Research, 2(2), 1–16.
- Effendy, Hurriyati, Hendrayati. 2021. *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Social Influence: Intention To Use E-Wallet*. Advances in Economics, Business and Management Research. Vol 187(Gcbme 2020), 311–315.
- Erina, Nila. 2021. *Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi. Ponorogo: Jurusan Perbankan Syariah IAIN Ponorogo.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). *The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings*. American Customer Satisfaction Index, 60(7), 7–18.
- Fernandes, A. A. R., & Solimun, S. (2018). *The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty*. Journal of Management Development, 37(1), 76–87. <https://doi.org/10.1108/JMD-12-2016-0315>.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Gotama Putra, D. N., & Raharjo, S. T. (2021). *Analisis pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan persepsi manfaat terhadap loyalitas pengguna dengan kepuasan pengguna sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna aplikasi Grab di Kota Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 10(6), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Gumussoy, C. A., & Koseoglu, B. (2016). *The Effects of Service Quality, Perceived Value and Price Fairness on Hotel Customers' Satisfaction and Loyalty*. Journal of Economics, Business and Management, 4(9), 523–527. <https://doi.org/10.18178/joebm.2016.4.9.446>.
- Gusmana, Brilian Yoga Gema. 2022. *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Perbankan Syariah Kota Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 7(2), 427–440. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5133>.
- Hallowell, R. (1996), “*The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study*”, International Journal of Service Industry Management, Vol. 7 No. 4, pp. 27-42.
- Handoko, A. D., & Ronny, R. (2021). *Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking*. Image: Jurnal Riset Manajemen, 9(2), 79–91. <https://doi.org/10.17509/image.v9i2.28598>.
- Harrison, R., Flood, D., & Duce, D. (2013). *Usability of mobile applications: literature review and rationale for a new usability model*. Journal of Interaction Science, 1(1), 1. doi.org/10.1186/2194-0827-1-1.
- Hjälte, S., & Larsson, S. (2004). *Managing Customer Loyalty in The Automobile Industry*. International Business And Economics Programme.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Irawan, Handi D. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Edisi Kedua 2002. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Iskandar, D., Dan Nasution, M. I. B. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)*. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/download/3590/3321>
Diakses 17 Juli 2024 Diakses 17 Juli 2024.
- Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M., & Al Asheq, A. (2021). *Determinants of service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty: an empirical study of private banking sector*. TQM Journal, 33(6), 1163–1182. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2020-0119>.
- Ji, C., & Prentice, C. (2021). *Linking transaction-specific satisfaction and customer loyalty – The case of casino resorts*. Journal of Retailing and Consumer Services, 58(June 2020), 102319. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102319>.
- Joan, Leoni, dan Tony Sitinjak. 2019. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go- pay*. Jurnal Manajemen. Vol 8 No 2. Diakses pada tanggal 15 Juni 2021.
- Kamarudin, Nursiah, Novianti. 2022. *Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bri Kabupaten Mamuju)*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(2), 11–18.
- Kinasih, B. S., & Albari. (2012). *Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan Kepercayaan Konsumen Online*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 16(No. 1), 25–38.
- Komala, Vianti Anggun, Nur Melinda Lestari. (2020). “*Pengaruh Kualitas dan Keamanan Digital Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat*”. Prosiding Seminar Nasional Berseri, Vol 1, No1, 674-685.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran. Jilid ke-2 (10th ed)*. Jakarta (ID):Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle of Marketing*, 10th Edition/International Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.

- Kusuma, N. L. (2019). *pengaruh keamanan, kepuasan, kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna mobile banking ank BNI Syariah*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Lai, PC (2017), *The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology*, *JISTEM - Journal of Information System and Technology Management*, Vol. 14, No. 1, hlm. 21-38.
- Lee, A. S., & Luo, X. (2015). *Nankai Business Review International Article information : About Emerald* www.emeraldinsight.com. *Nankai Business Review International*, 6(4), 350–363. <http://dx.doi.org/10.1108/NBRI-01-2015-0001>.
- Lee, J., Lee, J., & Feick, L. (2001). *The impact of switching costs on the customer satisfaction-loyalty link: mobile phone service in France*. *Journal of services marketing*.
- Lestari, N. P., Lenny, A., & Mandagie, Y. (2024). *Pengaruh fitur layanan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada mahasiswa pengguna aplikasi DANA di Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023*. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 1136–1150. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>.
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021b). *Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality*. *Technology in Society*, 64(October 2020), 101487. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487>.
- Liao, C., Palvia, P., Chen, J.-L. (2009). *Information technology adoption behavior life cycle: Toward a Technology Continuance Theory (TCT)*. *Int. J. Inf. Manage.* 29, 309–320.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mowen, C., John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Erlangga).
- Muhammad, I., Farid Shamsudin, M., & Hadi, N. U. (2016). *How Important Is Customer Satisfaction? Quantitative Evidence from Mobile Telecommunication Market*. *International Journal of Business and Management*, 11(6), 57. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n6p57>.

- Mutiara., Wibowo, I. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana org/10.35137/jmbk.v8i2.419 pISSN: 2338 – 4794 e-ISSN: 2579- 7476 Vol.8. No. 2, Mei-Agustus 2020.
- Nayebzadeh, S. (2013). *The Relationship between Customer Satisfaction and Loyalty with the Bank Performance in Iran*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 3(6), 114–124.
- Nguyen-Phuoc, D.Q., Su, D.N., Tran, P.T.K., Le, D.T.T. and Johnson, L.W. (2020), “*Factors influencing customer’s loyalty towards ride-hailing taxi services—a case study of Vietnam*”, Transportation Research Part A: Policy and Practice, Vol. 134, pp. 96-112.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction : A Behavioral Perpective on The Customer*. McGraw-Hill.
- Onditi, J., Nderitu, S., Landeo, J. ., Obong, G. ., Sikinyi, E. ., & Kabira, J. . (2012). *Release of three improved varieties for the expanded potato market in Kenya*. Agriculture and Biology Journal of North America, 3(5), 192–197. <https://doi.org/10.5251/abjna.2012.3.5.192.197>.
- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2016). *What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self- efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience*. International Journal of Information Management, 36(6), 1350–1359.
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., & others. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1988, “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. Journal of Retailing, Vol;. 64 (Spring), pp. 12-40.
- Petrick, J.F. and Backman, S.J. (2002), “*An examination of the determinants of golf travellers’ satisfaction*”, Journal of Travel Research, Vol. 40 No. 3, pp. 252-258.
- Pranoto, Margeretha Oktavia & R. Gunawan Setianegara. 2020. *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)*. JurnalKeunis, 8(2302), 1–9.

- Pratama, D.A., 2020. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Pelanggan Melalui Sikap Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Tokopedia.Com*. AGORA Volume 8. No : 1, 2020.
- Purnama, A. A. (2021). *Pengaruh Efisiensi dan Keamanan Web Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediating (Studi Empiris Pengguna Shopee di Surakarta)*. Jurnal Artikel, 1–23.
- Putra, O. S., Lukitaningsih, A., & Cahyani, P. D. (2022). *Pengaruh tarif, keamanan dan kenyamanan terhadap loyalitas konsumen*. Forum Ekonomi, 24(1), 177–185. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>.
- Rachmawati, I. (2017). *The Role of User Experience Towards Customer Loyalty in Indonesian Cellular Operator*. January.
- Raman, A. & Annamalai, V. (2011). *Web services and e-shopping decisions: A study on Malaysia e-consumer*. IJCA special issue on “wireless information networks & business information system” WINBIS, 54–60. doi:10.1111/conl.12116.
- Ramayani, Kismawadi, Chalil. 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. JIM. 1–16.
- Rashmi, K. R., & Krishnakumar, P. (2015). *Determinants of Customer Loyalty in Indian Mobile Telecom Sector - A Conceptual Analysis*. Asia Pacific Journal of Research, 1(32), 157–168.
- 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.
- Sa'idah, Firdatus Amila (2023). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Bank Bri Kantor Cabang Jember)*. Skripsi. Jember: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Sahabuddin, Romansyah. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu.

- Saputri, F. S., & Sukresna, I. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Akuntansi Dan Pajak, 23(02), 2022, p.1-17, 23(02), 1–17.
- Sariipudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid*. Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies, 2(01), 48–57.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Journal Of Management, 2(2), 1–17.
- Shah, A. (2011). *Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels : An Indian Banking Perspective*. Information and Knowledge Management, 1(1), 45–55.
- Sharma, M., Banerjee, S., & Paul, J. (2022). *Role of social media on mobile banking adoption among consumers*. Technological Forecasting and Social Change, 180, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121720>.
- Smith dan Ennew, 2001. "Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges", Journal of Marketing, Vol. 66 No.1.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Cet. Ke-6; Bandung: Alfabeta, 1999.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). *Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking*. International Journal of Digital Entrepreneurship and Business, 2(1), 39–48. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2016). *Analysing the complexities of website functionality, perceived ease of use and perceived usefulness on customer satisfaction of online shoppers in India*. International Journal of Electronic Marketing and Retailing, 7(2), 115–140. <https://doi.org/10.1504/IJEMR.2016.077118>.

- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2022). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 101– 112. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i1.1262>.
- Umar, Husein. 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia.
- Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). *Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap loyalitas pelanggan e-wallet aplikasi Dana*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 436–445. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2123>.
- Wardani, K. D., Putry, N. A. C., & Dewi, F. A. K. (2021). *Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan Terhadap Niat Membayar Pajak Menggunakan PajakPay*. *Jurnal Ilmiah Akutansi*, 12(April), 108–116. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/394>.
- Weng, G.S., Zailani, S., Iranmanesh, M., Hyun, S.S., (2017). *Mobile taxi booking application service's continuance usage intention by users*. *Transport. Res. Part D: Transport Environ.* 57, 207–216.
- Zalecha, Rizqita Ayu. 2022. *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile Banking*. Semarang: Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Semarang.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. ., & Dwayne, D. (2009). *Service Marketing (Integratin)*. New York: Mc Graw Hill.
- Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., Wang, X., Mai, X., & Xu, H. (2021). *A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>.