

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan.

Hasrianti, B. Y. (2021). ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI KEMUDAHAN.

SAPTAWATI, Y. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEAMANAN & MANFAAT MOBILE.

ADELA, M. (2020). PENGARUH LAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH.

Tihomir Orehova, L. B. (2023). Evaluating the Perceived Quality of Mobile Banking Applications in Croatia: An Empirical Study.

Putri Amalia, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia.

Rosalin Yunita Aritonang, I. N. (2021). ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP LAYANAN M-BANKING PADA PT BANK SUMUT KC KISARAN.

ANGGRAENI, S. (2019). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah KCP Muntilan).

WIDIANINGRUM, K. (2021). PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta).

Rona Veonnita, R. R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA.

Do Thanh NGUYEN, Van Thanh PHAM, Dung Manh TRAN, Duyen Bich T. PHAM (2020). Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Switching Costs on Customer Loyalty

Faisal Prima Agdhanni, Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2022). TINGKAT KEPUASAN NASABAH PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA PT BANK MANDIRI

Syahniar, AT, Herlambang, T., & Puspitadewi, I. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman.

Artina, N. (2021, September). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan e-money di Kota Palembang.

Pranoto, MO, & Setianegara, RG (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).

Rian Maulana, Iskandar Iskandar, Masrura Mailan (2018). PENGARUH PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT NASABAH DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL.

Engel, Blackwell. "Miniard (1995): Consumer Behaviour, Forth Worth."

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). JRMSI -Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 6 (1).

Kotler and Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. "Manajemen pemasaran." (2009).

Jogiyanto Hartono, M., ed. Strategi Penelitian Bisnis . Penerbit Andi, 2019.

F. Tjiptono & G. Chandra. Service, Quality & Satisfaction. ANDI. Yogyakarta. 2011. Huang, Yu-Kai. The Effect of Airline Service Quality on Passengers Behavioural Intentions Using SERVQUAL Scores: A TAIWAN Case Study.. Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol.8, 2009.

Poon, Wai-Ching. "Adopsi pengguna layanan e-banking: perspektif Malaysia." Jurnal pemasaran bisnis & industri 23.1 (2008): 59-69.

Venkatesh, V. dan Davis, F.D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science, 46 (2), pp. 186–204.

Jogiyanto. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan PengalamanPengalaman. Yogyakarta: BPF.

Idris, Daniwiharya, dan Elyana Novira. "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA JASA PT.PLN (PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA)(PERSERO) DALAM PEMADAMAN LISTRIK BERGILIR Studi Kasus pada PT.PLN (Persero) Cabang Bukittinggi." Abstrak Penelitian Sarjana Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta 5.2 (2014).

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta : ANDI

Deni Rahmatsyah. 2011. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (studi kasus: E-money kartu Flazz BCA) tahun 2011," Tesis. Universitas Indonesia.

Dalcher, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*, 15(4), 441–455.

Davis, A. 2017. Failures in adopting green technology under perfect pollution pricing and monopoly. *International Review of Economics Education*, 26(March), 9–13.

Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319.

Sun, H ; Zhang, P. (2006). Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9 pp. 618–645), 2006.

Pambudi, Bambang Setiyo. "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 (2014).

Simanullang, Sanco. "Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan Teknologi Terhadap Pemakaian Teknologi Informasi." *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*. Vol. 2. No. 4. 2019.

Pavlou, Paul. "Mengintegrasikan kepercayaan dalam perdagangan elektronik dengan model penerimaan teknologi: pengembangan dan validasi model." *Amcis 2001 prosiding* (2001): 159.

Dewi, Indri Kartika & Andriani Kusumawati. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2018).