

Referensi

- Aaker, D. A. ((1991).). In *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. . New York: The Free Press.
- Amalia, F. &. ((2022).). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Keputusan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI Sumenep)., *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 12–24.
- Amalia, F. &. ((2023)). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia. . *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*,, 5(2), 88–97.
- Anindita, R. &. ((2015).). Keamanan transaksi mobile banking dan pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(2), 45–52.
- Chen, C. F. ((2010).). Exploring customer-based airline brand equity: Evidence from Taiwan. . *Transportation Journal*, , 49(1), 24–34.
- Chen, S. &.-1.-2.-0. ((2021).). Factors Influencing Users' Satisfaction and Loyalty Toward Mobile Banking: A Study of Security, Ease of Use, and Service Quality. *International Journal of Bank Marketing*,, 39(5), 812–829.
- Davis, F. D. ((1989)). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dimas, P. ((2022).). Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*,, 6(3), 112–120.
- Febriyanti, A. &. ((2020).). Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking. . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, , 6(2), 56–65.
- Ghozali, I. ((2021).). In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (9 ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grönroos, C. ((1984).). A service quality model and its marketing implications. *Journal of Marketing*,, 18(4), 36–44.
- Hasanah, N. &. ((2021).). Kualitas Layanan dan Citra Merek dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Syariah. . *Jurnal Ekonomi Syariah Terapan*,, 5(3), 119–127.
- Hidayah, N. R. ((2022).). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. . *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Islam*,, 6(2), 44–55.
- Keuangan., O. J. K ((2024).). *Statistik Perbankan Syariah*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id>
- Khan, I. R. ((2020).). The Role of Customer Brand Engagement and Brand Experience in Online Banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*,, 53, 101–113. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.008>.
- Khotijah, U. M. ((2022).). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, , 5(1), 75–84.
- Kotler, P. &. ((2016).). In *Marketing Management (15th ed.)*. . Pearson.
- Kotler, P. &. ((2020).). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P. &. ((2009).). In *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. . Erlangga.
- Lufiani, S. ((2022).). Kualitas Layanan sebagai Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan Mobile Banking. . *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*,, 6(1), 23–31.
- Martono, N. &. ((2020).). Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Digital*,, 2(2), 91–101.
- Nugroho, R. A. ((2020).). Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking. . *Jurnal Manajemen & Bisnis Indonesia*, , 7(1), 56–65.

- Oliver, R. L. ((1980)). . A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. . *Journal of Marketing Research*, , 17(4), 460–469.
- Oliver, R. L. ((1997).). In *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parker, D. B. ((1981).). In *Computer security management*. . Reston Publishing Company.
- Permatasari, N. &. ((2024).). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia., . *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 8(1), 1–10.
- Ramadhan, H. &. ((2021).). Keamanan Transaksi dan Kepuasan Pelanggan Mobile Banking. . *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 99–107.
- Setiawan, D. &. ((2021).). Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Mobile Banking. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, , 6(2), 44–56.
- Setyawan, R. &. ((2022).). Pengaruh Kualitas Aplikasi dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi Bank Digital. . *Jurnal Ekonomi Digital*, , 6(1), 61–72.
- Sugiyono. ((2020).). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Sutopo (ed.); 2nd ed.).
- Yusuf, M. N. ((2023).). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Digital Banking terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah. . *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, , 5(1), 11–25.
- Zulkarnain, A. D. ((2023).). Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur dan Manfaat terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI Mobile. . *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, , 4(1), 15–26.