

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P., Moh, S. F., & Zahra Femilia, A. N. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. *Jurnal Akun Nabelo*, 2, 204–216.
- Ali, H., Lilik, P. (2016). *The Urban Middle Class. Millennials*. Alvara Research Center.
- Alsa, A. (2003). *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Aprilianty, E. (2012). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal pendidikan vokasi*, 2(3).
- Ahmadi, Abu. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Pt Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 255-268.
- Anarjia, K., & Rante, J. Z. (2019). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sakuku pt. bank central asia, tbk kcu cikarang. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 1-8.
- Amelia, F. R. (2017). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Pada Bank BNI di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA)*.
- Apriliani, C., Suharno, S., & Widarno, B. (2019). PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK BADAN PENGGUNA E-FILING DI KPP PRATAMA SURAKARTA. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 15.
- Bakhits, D. A. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI MANFAAT PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang)*.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Bakkara, F. P. F., & Wijayangka, C. (2020). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FITUR BCA SAKUKU DI BANDUNG. *EProceedings of Management*, 7(2).
- Bareksa. (2019). *Pengguna internet dan digital banking melonjak karena faktor ini*. <https://www.bareksa.com/berita/id/text/2019/02/26/pengguna-internet-dan-digital-banking-%0amelonjak-karena-faktor-ini/21705/news>

- Budiansyah, A. (2020). *Ada Kasus Bobol Rekening Bank Via HP, Amankah Mobile Banking?* <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200121124812-37-131550/ada-kasus-bobol-rekening-bank-via-hp-amankah-mobile-banking>
- Dan Sunendar, I. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Rosda Karya.
- Darwin, S. (2014). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening pada asuransi jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–12.
- Fachmy, J., Said, S., & Mapparenta, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 118–130.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis pengaruh citra merek, promosi, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi sakuku BCA. *Media Informatika*, 18(1), 42–61.
- Hasibuan, H. M. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hermawan, L. D., Komariah, K., & Muhammad Danial, R. D. (2020). Analisis minat menggunakan BRI mobile (survei pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Kota Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (EEB)*, 9(6), 525-538.
- Hamidi, H., & Safareeyeh, M. (2019). A model to analyze the effect of mobile banking adoption on customer interaction and satisfaction: A case study of m-banking in Iran. *Telematics and Informatics*, 38, 166-181.
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang makanan di rumah makan ayam bakar wong solo alauddin kota makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50-64.
- Irmadhani, I. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 1(3).
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49–57.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kasmir. 2012. Manajemen Perbankan. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Editi). *England: Pearson Education Limited.*
- Kotler, P. & Keller, L.K. (2016). Marketing Management. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Kuswadi, F. (2004). Cara mengukur kepuasan karyawan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (1987). Semiotics of person and nation marketing. *Marketing and Semiotics. New Directions in the Study of Signs for Sale*, 3-12.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24–29.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Era Bonus Demografi, 69% Penduduk Indonesia Masuk Kategori Usia Produktif pada Juni 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/30/era-bonus-demografi-69-penduduk-indonesia-masuk-kategori-usia-produktif-pada-juni-2022>
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Larasati, N. F. (2019). Analisis Perilaku Generasi Milenial Terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Master's thesis, Fakultas ekonomi dan bisnis uin jakarta).
- Melawati, R., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh fungsi website, persepsi kegunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4), 821–833.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.
- Mamang, S. E. Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen.
- MUKABIBAH, K. (2021). PENGARUH RISIKO, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN PRODUK DAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA BRI SYARIAH KANTOR KAS KEDIRI TULUNGAGUNG.
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146–155
- Melasari, Cita, Agus Suroso dan Ade Banani. —Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk Dan Financial Risk Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat. Vol. 25, no. 1 (2018).
- Mawadah, S., & Ratno, F. A. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 141–153. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v8i2.141-153>

- Natalia, J., & Ginting, D. B. (2018). Analisis pengaruh kelengkapan fitur, persepsi kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem, persepsi manfaat terhadap kepuasan penggunaan serta dampaknya terhadap loyalitas pengguna aplikasi viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104.
- 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.
- NGUYEN, D. T., PHAM, V. T., TRAN, D. M., & PHAM, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395-405.
- Prima. (2019). *Transformasi Perbankan Digital*. www.jaringanprima.co.id. <https://www.jaringanprima.co.id/id/transformasi-perbankan-digital>
- Prima, D. B., Setiawan, D., & Weni, I. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi BRI Mobile*. Universitas Jambi.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty in mobile banking usage: Case study of Thailand. *Polish Journal of Management Studies*, 15(2), 183-193.
- Peter, J.P., dan Olson, J.C., 2000, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Riyanto, G. P. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>
- Redian, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA RELI BOUTIQUE METRO. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699.
- Serafica gischa. (2020). *Jumlah penduduk dunia 2020*. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/11/140300869/jumlah-penduduk-dunia-2020>
- Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2016). Mobile banking services continuous usage--case study of Finland. *2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 1497–1506.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan

- terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1-18.
- Santoso, S. Tjiptono. 2001. Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Shodiqin, M. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI Semarang).
- Safitri, K. (2017). Analisis Pengaruh Customer Experience dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di Storia Caffe MMXVI. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 195532.
- Shodiqin, M. (2022). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI Semarang)*.
- Sigit Hermawan, S. E., & Amirullah, S. E. (2021). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 96–107.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi: Mixes Methods*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 14, 17.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113.
- Sunendar, I. (2011). Dadang. Strategi Pembelajaran Bahasa. 3rd ed. Bandung: Rosda.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Tjiptono, F. 2014, Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2011. Pemasaran jasa. Malang: Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi

- Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen, 103.
- Tampubolon, Nelson, Irwan Lubis, dan Agus E. Siregar. (2015). Bijak Berbanking. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Winastiti, A. (2016). *Generasi Milenial dan Karakteristiknya*.
- 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), 440-456.
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.
- Zuliani, Z., & Purwati, N. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Serambi Konstruktivis*, 3(4), 243–249.

