

DAFTAR PUSTAKA

- Aenutaqiah, H., Djuwita, D., & Rakim, A. A. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial sebagai Media Promosi Produk Terhadap Minat Generasi Z pada Bank Muamalat KCP Sumber. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 187–202. <https://doi.org/10.24260/jkubs.v3i2.3589>
- Aini, F. N., & Jamal, K. (2024). Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Dalam Al-Quran: Perspektif Hukum Islam Terhadap Keadilan Sosial. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(3), 110–115. <https://ojs.unimal.ac.id/joses/article/view/20499>
- Alfarobi, M., & Aminah, S. (2024). *The Effect of Service Quality and Promotion on Customer Satisfaction in the Bibli . Com Application*. 4(1), 229–242.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). *Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Keamanan , dan Fitur M-Banking Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Keamanan , dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)*. January. <https://doi.org/10.59005/alkasb.v1i1.163>
- Andriani, N., Nurbaiti, & Aisyah, S. (2024). *The Influence of E-Service Quality , Price Perception , and Sales Promotion on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction on the Gojek Application*. 14(January 2015), 59–75. <https://doi.org/10.21927/jesi.3124.3483>
- Blom, A., Lange, F., & Hess, R. L. (2021). Omnichannel promotions and their effect on customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 55(13), 177–201. <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2018-0866>
- Boonlertvanich, K. (2011). *Effect Of Customer Perceived Value On Satisfaction and Customer Loyalty In Banking Service: The Moderating Effect Of Main-Bank Status*. <https://law-journals-books.vlex.com/vid/customer-perceived-value-moderating-335440654>
- Chang, H.-H., & Su, J.-W. (2021). *Sustainable consumption in Taiwan retailing: The impact of product features and price promotion on purchase behaviors toward expiring products, Food Quality and Preference*,. 96,2022,10. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329321003347>
- Chernev, A. (2001). The impact of common features on consumer preferences: A case of confirmatory reasoning. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 475–488. <https://doi.org/10.1086/319622>
- Daffa, M. (2020). Pengaruh Efektivitas, Kemudahan dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Masalah. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Effendi, L., Sugianto, & Anggraini, T. (2024). *The Influence of Features , Convenience , and Security on Customer Satisfaction in Bank Sumut Syariah Digital Banking Services Simpang Kayu Besar*. <https://doi.org/10.30871/jaba.v8i1.7433>

- Fata, K., Yunus, M., & Majid, M. S. A. (2015). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Fitur Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek Handphone Samsung Di Banda Aceh. *Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 10(3), 131. <http://aceh.tribunnews.com/>,
- Fata, Z. (2024). *Strategi Promosi Berbasis Nilai-Nilai Ekonomi Islam: Prinsip-Prinsip Promosi Islam*. 3(1), 167–186.
- Gading. (2024). Hasil Survei: Bank Digital RI Tumbuh Pesat Gegara Gen Z. *Detikfinance*. <https://finance.detik.com/moneter/d-7430230/hasil-survei-bank-digital-ri-tumbuh-pesat-gegara-gen-z>
- Ginting, D. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemudahan Penggunaan, Customer Experience dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Zalora. *Media Informatika*, 21(3), 245–263. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v21i3.155>
- Handayani, L. T. (2023). *Implementasi Teknik Analisis Data Kualitatif*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OYCyEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Handayani,+L.+T.+\(2023\).+Buku+Ajar+Implementasi+teknik+Analisis++Data+Kuantitatif+\(Penelitian+Kesehatan\).+DKI+Jakarta:+PT.+Scifintech+Andrew+Wijaya.&ots=Wne_ppqmEQ&sig=KJNJCy8fQo-](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OYCyEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Handayani,+L.+T.+(2023).+Buku+Ajar+Implementasi+teknik+Analisis++Data+Kuantitatif+(Penelitian+Kesehatan).+DKI+Jakarta:+PT.+Scifintech+Andrew+Wijaya.&ots=Wne_ppqmEQ&sig=KJNJCy8fQo-)
- Hasan, G., & Astuti, E. (2024). International Journal of Management and Economics Invention Marketing Mobile Banking Apps to Gen-Z: A Theory UTAUT 2. *Golan Hasan 1*, *IJMEI*, 10(09), 3516–3524. <https://doi.org/10.47191/ijmei/v10i9.02>
- Hayat, N., & Busman, S. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus Pt Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar). *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.58303/jtimb.v6i1.3070>
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391–1406. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>
- Hudin, M. N., Wijdi, F., & Maulana, I. (2024). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan di J.CO Donuts & Coffee: Studi Kasus di Kota Cilegon dan Serang*. 1, 1–23. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/9152/3199>
- Hutami, W. F. (2019). Populasi, dan Sampel Dalam Penelitian. *Public Relations*, 11(1), 1–14. https://www.researchgate.net/publication/350958488_Populasi_dan_Sampel_Dalam_Penelitian
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2021). Analisis Regresi dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0. In *Fe Unisma*. http://fe.unisma.ac.id/Materi_Ajar_Dosen/Ekometrik/AriRiz/MA_Uji

Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/

- Jatmiko, L. D. (2022). Seabank. *Finansial Bisnis*.
<https://finansial.bisnis.com/read/20220913/90/1576865/kala-bank-digital-seabank-indonesia-sister-company-shopee-menarik-atensi>
- Juliana. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Seabank di Kota Batam*.
<http://repository.upbatam.ac.id/2860/>
- Juliandi, A., Manurung, S., & Irfan. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. PDF.
https://www.academia.edu/123309928/Metodologi_penelitian_bisnis_konsep_dan_aplikasi
- Kadir, S. A. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Thesis*, 87(1,2), 149–200.
[https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/Loeblein%2C](https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/Loeblein%2C%20Lucineia%20Carla.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proces) Lucineia Carla.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proces
- Khusna, K. M., & Khoiriawati, N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan dan Efisiensi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Muamalat DIN. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2749–2766.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3625>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall.
<https://books.google.co.id/books?id=r5duSQAACAAJ>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Principle of Marketing*. 1–63.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). A Framework For Marketing Management. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016c). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
https://books.google.co.id/books?id=Bm_DQgAACAAJ
- Kurnia, D. (2023). Pengaruh Fitur, Kemudahan, Penggunaan, Keamanan, dan

- Promosi, terhadap keputusan penggunaan Bank Digital Jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional. *Digital Banking*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-9184-9>
- Lestari, S. (2024). Pengaruh Fitur dan Layanan Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah. *Thesis*, 6(6), 2817–2829. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.612>
- Lestari, Sihabudin, & Fauji, R. (2023). KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL (SEABANK) (STUDI PADA MASYARAKAT KARAWANG TIMUR). 12(04), 1140–1154.
- Lisa, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Citra merek Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Mediasi Kepuasan Nasabah PT. Bank Seabank Indonesia. [http://repository.untar.ac.id/40413/1/Viona Lisa 115190353 JA.pdf](http://repository.untar.ac.id/40413/1/Viona%20Lisa%20115190353%20JA.pdf)
- Makmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang). *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5(1), 37. <https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>
- Manampiring, A. S., Tumbuan, W. J. A. F., & Wenas, R. S. (2016). Analisis produk, harga, lokasi, promosi terhadap kepuasan konsumen pada kartu kredit pt. bank mandiri tbk. manado. 4(2), 164–176.
- Masyhari. (2019). Konsep Pemasaran Qur’ani (Telaah Atas Pemikiran Veithzal Rivai Zainal). In *Ptiq Press* (Issue 2).
- Megantara, A., & Permata, W. I. (2023). Peranan Promosi dan Kemudahan Penggunaan di Dalam Keputusan Bertransaksi Menggunakan Isaku pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Cileungsi. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3165–3174. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.3759>
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, June, 57–63. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/560967-promosi-dan-perilaku-kesehatan-1ea756ca.pdf>
- Novika, F., Haryanto, D., Addini, F., Bano, E., Parkhurst, H., Virgantari, F., Andriyati, A., Lalang, D., & Adrianingsih, N. (2022). *Statistika Dan Analisis Data*.
- Nursalam, N. (2015). Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis. In Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis (4th ed.). Jakarta. In *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan*

Praktis.

- Nuryanto, A. D., Alifika, K., & Ula, E. (2024). Peran Lembaga Keuangan Sosial Syariah Di Indonesia Menuju Tranformasi Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 365–382.
- Oktaviani, N. N., Eprilla Maharani, R., Nisa, R. A., Peristiwo, H., Hidayat, W., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, F., Islam, B., Sultan, U., & Hasanuddin Banten, M. (2024). *Pengaruh Promosi dan Fitur Seabank terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mahasiswa/i FEBI UIN SMH Banten*. 2(4), 1–17. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i3.712>
- Paniroi, H. F., Hardiyanti, E., Dewi, K., & K, M. I. (2024). *M-banking : Layanan Jasa Bank dalam Mendapatkan Kepuasan Nasabah Pendahuluan Metode*. 02(02), 63–68.
- Play, G. (2024). *Reting dan Ulasan seabank*. <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.co.bankbkemobile.digitalbank>
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Putera, A. D., Dalle, J., & Syafari, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10952>
- Putri, D. F. (2024). *Analisi Faktor Presepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan FEATURES Terhadap Minat Menggunakan Seabank di Kota Pemalang*. [https://repository.uinsaizu.ac.id/27303/1/Destika Fitriani Putri Analisis Faktor Persepsi Kegunaan%2C Kepercayaan%2C dan Features Terhadap Minat Menggunakan Seabank di Kota Pemalang.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/27303/1/Destika_Fitriani_Putri_Analisis_Faktor_Persepsi_Kegunaan%2C_Kepercayaan%2C_dan_Features_Terdapat_Minat_Menggunakan_Seabank_di_Kota_Pemalang.pdf)
- Rachman, A., Yochana, Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu*.
- Rahmayati, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Penggunaan Bank Syariah Digital Aladin*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73994>
- Rasyid, S. R. (2025). *Sejarah Berdirinya SeaBank, Aplikasi Perbankan Digital Inovatif yang Sudah Ada Sejak Tahun 1991*.
- Ridoanto, T., Mislinawati, & Triaudi, G. (2020). Kepuasan Konsumen. In *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)
- Ritonga, M. J., & Jamal, K. (2025). Etika bisnis dalam al-qur'an Kajian Tafsir Atas Ayat-Ayat Temtang Keadilan dan Kejujuran Dalam Perdagangan. *Yogyakarta: Pustaka Pesantren*, 10(204), 1–3. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=4e->

UDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=hukum+korupsi+dalam+al+qur%27a
n&ots=5JXwaIEKFi&sig=tu-n18hBPbtkhETQEZz1DTJfzPg

- Ruslan, F., Madjodjo, F., & Astria, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo. *Gorontalo Accounting Journal*, 6(1), 25. <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2593>
- Safitri, T. A. (2023). *Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking di Bank BRI Syariah*. 12, 112–122. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.713>
- Salmaa. (2023). *Populasi dan Sampel: Pengertian, Perbedaan, dan Contoh*. <https://penerbitdeepublish.com/populasi-dan-sampel/>
- Saputra, R. (2025). Factors Influencing Mobile Banking Adoption by Gen Z Generation. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 5. <https://doi.org/10.53697/emark.v5i4.2215>
- Sariatin, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1258–1261. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.772>
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Misbah Jilid-07. *Jakarta : Lentera Hati*, 568.
- Sholika, R. (2020). Uji Multikolineraritas. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–7. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Siagian, F. G., & Suti, M. Z. (2025). Keunggulan Tabungan Wadiah dan Mudharabah dalam Perbankan Syariah untuk Menarik Minat Nasabah Berbasis Syariah. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 127–136. <https://doi.org/10.30640/digital.v4i1.3856>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Subaru. (2024). 2 Kasus Uang Hilang di Seabank, Cara Mengatasi, dan Mencegahnya! <https://www.tedieka.com/uang-hilang-di-seabank/>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta. CV*. https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. 1–781.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Insana Kabupaten Timor Tengah Utara (Ttu). In *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, Issue 3, p. 35).

<https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>

- Sukwika, T. (2023a). Menentukan Populasi dan Sampling. In *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT”* (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Sukwika, T. (2023b). Menentukan Populasi dan Sampling. In *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT”* (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Sulfiantono, A. (2016). Al-qur'an dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah. *Educacao e Sociedade*, 1(1), 1689–1699. http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf%0Ahttp://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0Ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf%0Ahttps://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/03/emi
- Supartono. (2021). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di Ecommerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *Mnejemen Pemesaran*, 5(2), 210–218.
- Syafrin, I. (2021). Pengaruh Lingkungan Fisik Pelayanan Konsumen Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Danamon Indonesia Cabang Bukittinggi. *Jurnal Ekobistek*, 2, 32–39. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v7i2.14>
- Syamsul Bakhri, B., Astuti, D., & Khairunnisa. (2021). Perbankan Syariah: Sebuah Kajian Kepuasan Pelayanan Nasabah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 541–550. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8306](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8306)
- Syatibi. (2003). *Al-Muwāfaqāt fī Uṣul al-Sharī'ah* 3.pdf (p. 3).
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemesaran. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=hFLZzwEACAAJ>
- Tomson. (2023). *SeaBank, Kembalikan Dana Saya yang Sudah 1 Bulan Lebih Tertahan!* <https://mediakonsumen.com/2023/12/30/surat-pembaca/seabank-kembalikan-dana-saya-yang-sudah-1-bulan-lebih-tertahan>
- Utama, M. S. (2016). Aplikasi Analisis Kuantitatif. In *Cv. Sastra Utama*.
- Utomo, T. B. (2019). Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam. *Ekonomi Syariah (2019) Universitas Darussalam Gontor*, 4(2020).
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wakarmamu, T. (2021). Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara. *Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*, 1.

- Wang, Q., & Chen, H. (2022). Better or Worse? Effects of online promotion habits on customer value: An empirical study, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103018>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698922001114>)
- Wardhana, A. (2022). Penelitian Survei, Proses Penelitian, Masalah Dan Hubungan Antar Variabel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, April, 17–25.
- Widianingrum, K. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53095/1/FAISAL - FEB.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53095/1/FAISAL-FEB.pdf)
- Widjanarko, B. (2019). Konsep Dasar dalam Pengumpulan data Penyajian Data. *Sats4213/Modul 1*, 1(1), 1–45. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SATS4213-M1.pdf>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Yana, A., Area, Anwar, Samrizal, Asri, D., Boky, & Yusup, D. (2024). *Rating dan Ulasan Seabank pada Google Playstore*. <https://play.google.com/store/apps/details?id=id.co.bankbkemobile.digitalbank>
- Zimmerer, T., & Scarborough, N. M. (2002). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=fPMJAQAAMAAJ>
- Zulhamdi. (2021). Al Masyaqqah Tajlibut Taysir. *Jurnal Syarah*, 10(2), 235–238.
- Zulkarnain, M., Mariana, A., Jumriatunnisah, N., & Kunio, N. I. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur dan Manfaat terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI Mobile di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang. 8, 267–284.