

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN Salatiga Press.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, & Martinus Budiantara. (2017). *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. Yogyakarta : Mercuri Buana
- Priansa, D. j. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2007.). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Keempat*. Yogyakarta: ANDI.

### JURNAL

- Abdullah, D. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pd. Suzuki Talaga*. *Jurnal Universitas Majalengka*, 1-12.
- Agustina, H. (2017). *Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking*

- (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen KINERJA*, 03(01), 24-31.
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 7.
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryaya, P. F. (2020, September). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 1-22.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018 ). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI\_U* , 710-720.
- Fadillah, D. (2015). Model Komunikasi “Wom” Sebagai Strategi Pemasaran. *Humanika*, 15(1), 69.
- Hartono, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media (Instagram) Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok taya . e – *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN* , 167-184.
- Haryanto, R., Panjaitan, H., & UJianto. (2016, Oktober). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Terhadap Citra Perbankan Serta Implikasinya Pada Keputusan Nasabah Menabung Dengan Karakteristik Nasabah Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah di Madura. *Jurnal Doktor Ekonomi*, 1(1), 77 - 98.
- Ida Mentayani, Rusmanto, R. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *AKUNTOTEKNOLOGI : JURNAL ILMIA AKUNTANSI DAN TEKNOLOGI*, 12(1), 1-13.
- Mentayani, I., Rusmanto, & Rahmianti. (2016, September). Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kota Banjarmasin). *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 50-69.
- Nurahman, I., & Utama, R. D. (2016, April). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung), 1(1), 54-63.
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017, Desember). Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (Wom) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BMT) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 163-185.
- Nurmuchtar, H. (2019). Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Umsu). *Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 1–66.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018, September). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanandan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA.*, 6(4), 3933 – 3942.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA:*

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(4), 3933–3942. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21918>

Setyaningsih, E. D. (2017, April). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 22 (1), 15-16.

Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>

Sufitrayati. (2018, september 1). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari'ah Di Kota Banda Aceh. *Ihtiyath* , 2(1), 3.

Theriady, H. S., & Ginting, D. B. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

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). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 06(01), 445.

Wicaksono, M. P., & Saminari, N. K. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5098-5127.



## SKRIPSI

Al Bahri, Muhammad Mujib. (2020). Fitur Dan Proses Transaksi Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta (BDP DIY SYARIAH) Kantor Cabang Pembantu UII Yogyakarta. Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Harwanti, D. (2019). Pengaruh Desain, Fitur Layanan Dan Kecepatan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*. SKIPSI, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

SARI, R. D. K. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga , dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.

## Website

Bank Syariah Indonesia. (n.d.). Retrieved from  
[https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html).

<https://www.cnbcindonesia.com> di akses pada 24 januari 2022 pukul 09:55

<http://febi.uin-suka.ac.id> diakses pada 26 januari 2022 pukul 10.38