

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Afandi, R. F. (2021). Pengaruh Digitalisasi, E-Crm, Coorporate Image Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (EKS BRI SYARIAH). *skripsi*, 306–308.
- Andrian, B., Simanungkalit, T., Budi, I., & Wicaksono, A. F. (2022). Sentiment Analysis on Customer Satisfaction of Digital Banking in Indonesia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(3), 466–473.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- Arifah, N. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Repurchase Intention Pada Toko Akuniwashop Klaten Di Marketplace Shopee. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri .Surakarta.
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1).
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223.
- Fatuh, M., & Widyastuti. (2017). Pengaruh promosi penjualan, perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap keputusan menggunakan transportasi online (studi pada pengguna uber di surabaya pusat). *Jurnal Ilmu manajemen (JIM)*, 5(4), 1–9.
- Firdaus, A. S., & Sjahruddin, H. (2021). Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking. *Niagawan*, 10(1), 10.
- Gupron. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapan.Com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi). *Jurnal Manajemen*

Pendidikan dan Ilmu Sosial. E-ISSN : 2716-375X, P-ISSN : 2716-3768, 1(2), 506–515.

- Hasman, H. C. P., Ginting, P., & Rini, E. S. (2019). The Influence of E-Service Quality on E-Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention in Using E-Commerce Applications on Students of Universitas Sumatera Utara. *International Journal of Research and Review, 6(10).*
- Hendra, S.R., E., & K.S., B. (2018). The Effect of E-Service Quality and E-Recovery Service Quality on E-Loyalty through E-Satisfaction , on E-Commerce in Indonesia. *Business & Management, 6(4).*
- Hisyam, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk). *Skripsi.*
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Tepak Manajemen Bisnis, XI(2), 289–307.*
- Kirana, E. K. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi (Studi Pada Konsumen Jalur Nugraha Ekakurir). *Manajemen Bisnis, 8(1).*
- Kurnia, D. (2020). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Jurnal, 14.*
- Kurnianingsih, H., Nurtantiono, A., & Hendratmoko, C. (2022). The Effect of Easy Perception, Benefit Perception, Trust, Experience and Risk on the Decision to Use E-Wallet. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research (IJMCER), 4(2), 2581–7027.*
- Lee, J., Wewege, L., & Thomsett, M. C. (2020). Disruptions and Digital Banking Trends. *Journal of Applied Finance & Banking, 10(6), 1792–6599.*
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Strategi Pemasaran, 5(2).*

- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 139.
- Maulidya, G. P., & Afifah, N. (2021). *Perbankan Dalam Era Baru Digital : Menuju Bank 4 . 0*. 278–288.
- Nasution, H. (2019). The Effect Of E-Service Quality On E-Loyalty Through E-Satisfaction On Students Of Ovo Application Users At The Faculty Of Economics. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(1), 146–162.
- Nguyen, O. T. (2020). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 303–310.
- Ningrum, R. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu.
- Nisa, N. I., & Mustaqim, M. (2021). Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Era Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Kudus. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 9(2).
- Noviyanti, A., & Teguh, E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 4.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11.
- Panjaitan, R. (2019). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pasaribu, Z. A. (2021). *Pengaruh Consumer Trust dan E-Payment Terhadap Brand Trust pada Pengguna Tokopedia Bagi Mahasiswa di Kota Medan*.
- Purwanto, A., & Susanto, T. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Adopsi Layanan E-Government. In *Inform : Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*

Informasi dan Komunikasi (Vol. 3, Nomor 1).

- Putra, M. D. A., & Parmariza, Y. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(2), 164.
- Randi, H. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Promosi Cashback dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember). *TRILOGI: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 1(1), 1–10.
- Ritonga, I. L., & Dalimunte, A. A. (2022). Efisiensi Penerapan Fintech dan Digitalisasi dalam Memaksimalkan Market Share Perbankan Syariah Pada Masa Pandemi Covid 19. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 3(1), 9–13.
- 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.
- Saputri, R. E. (2022). Pengaruh Digitalisasi Produk, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Padagenerasi Z Di Kabupaten Tulungagung. *skripsi*.
- Sariipudin, A., Fitriani, I., & Zulkarnaen, W. (2019). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di ITC Kebon Kalapa Bandung*. 1 No. 3(143), 42–51.
- Siska, L. W. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, kepercayaan, dan Resiko terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan M-Banking BNI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Riau). *skripsi*.
- Susilowati, I., & Solehatun, S. (2023). *Pengaruh e-service quality, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan bri mobile (brimo) pada nasabah bri kebumen*. 2(1).
- Triasih, R. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Social Media Dan Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan. *Lampung: UIN Raden Intan. SKRIPSI*, 1–129.

- Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan M- Banking Mandiri di Jakarta Selatan. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 1090–1103.
- Wicaksono, R. D. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Syariah LinkAja Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Wilayah Kota Bekasi)*. 134.
- Wulansari, S., & Fadilla, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Awareness terhadap Purchasing Decisions pada Pengguna Dompot Digital LinkAja. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 433–443.
- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12.

Buku :

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen pemasaran*. Alfabeta.
- Astuti, M., & Amanda, agni rizkita. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, J. K., Nugroho, H., Indriana, Intan Hesti, & Agus, H. (2022). *pengantar manajemen*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson*
- Musfar, T. F. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo.

- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
- Sahabuddin, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Indutri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sudarsono, H. (2020). *buku ajar: manajemen pemasaran*.
- Yusuf, A. (2022). *Manajemen Pemasaran I*. Intan Cendekia Mandiri.

Website :

- Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Dhini, V. A. (2022). *Survei Indikator Ungkap Mayoritas Publik Belum Pernah Mengakses Digital Banking*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/survei-indikator-ungkap-mayoritas-publik-belum-pernah-mengakses-digital-banking>
- Firafiroh, A. (2022). *Beri Kemudahan Atur Keuangan, Kenali 7 Fitur Nyentrik Aplikasi Jago*. <https://www.parapuan.com//beri-kemudahan-atu-keuangan-kenali-7-fitur-nyentrik-aplikasi-jago>.
- Investasi.kontan.co.id. (2022). *Jadi Aplikasi Bank Digital Terpopuler, Ini Sederet Keunggulan Bank Digital Jago*. <https://investasi.kontan.co.id/news/jadi-aplikasi-bank-digital-terpopuler-ini-sederet-keunggulan-bank-jago#:~:text=Aplikasi Bank Digital Jago yang terpilih,lebih dari 3 juta orang>.
- Jadijago. (2023). *Akun Instagram Bank Digital Jago*.
<https://instagram.com/jadijago?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>
- Jago.com. (2020). *Aplikasi keuangan yang menghadirkan layanan bank dengan kekuatan ekosistem digital*. <https://jago.com/id/whoweare>
- Katadata.co.id. (2022). *Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital (April 2022)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/31/nilai-transaksi-uang-elektronik-dan-perbankan-digital->

tumbuh-pesat-pada-april-2022

- kompas.com. (2021). *BI Sebut Kenaikan Transaksi Digital Kerek Pertumbuhan Ekonomi RI*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/06/214300826/bi-sebut-kenaikan-transaksi-digital-kerek-pertumbuhan-ekonomi-ri>
- Kompas.com. (2021). *Penggunaan Bank Digital di Tangan Milenial*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/22/101958126/penggunaan-bank-digital-di-tangan-milenial?page=all>
- Kontan.co.id. (2021). *Hanya 57% masyarakat Indonesia percaya pada perlindungan data di layanan keuangan*. <https://amp.kontan.co.id/news/hanya-57-masyarakat-indonesia-percaya-pada-perindungan-data-di-layanan-keuangan>
- Lavenia, A. (2022). *Tren Bank Digital di Kalangan Milenial*. <https://www.cxomedia.id/business-and-career/20220310150030-61-174083/tren-bank-digital-di-kalangan-milenial>
- lokadata.id. (2021). *Infografik: Inilah 14 bank digital Indonesia, versi OJK*. <https://lokadata.id/artikel/infografik-inilah-14-bank-digital-indonesia-versi-ojk>
- ojk.go.id. (2018). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>
- Pahlevi, R. (2022). *Survei: Bank Digital Jago Jadi Aplikasi Bank Digital Paling Populer*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/survei-bank-jago-jadi-aplikasi-bank-digital-paling-populer>
- Pangesti, N. ary. (2022). *pengertian, jenis layanan, keuntungan, kekurangan, dan daftar bank digital di Indonesia*. <https://dailysocial.id/post/bank-digital>
- Rahman, D. F. (2022). *Transaksi Keuangan Digital Tumbuh Pesat pada Triwulan I 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/19/transaksi-keuangan-digital-tumbuh-pesat-pada-triwulan-i-2022>
- Ramadhani, P. I. (2023). *Profil Bank Jago, Pelopor Bank Digital Di Indonesia Milik Jerry Ng*. <https://www.liputan6.com/saham/read/5226193/profil-bank-jago-pelopor-bank-digital-di-indonesia-milik-jerry-ng>

wartaekonomi.co.id. (2021). *Pandemi Buat Masyarakat Indonesia Lebih Akrab Dengan Bank Digital*. <https://wartaekonomi.co.id/read359132/pandemi-buat-masyarakat-indonesia-lebih-akrab-dengan-bank-digital>

