

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Malang: Indomedia Pustaka.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Penerbit: Airlangga University Press.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Bahri, Syaiful. (2018). *Metode Penelitian Bisnis – Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI: Yogyakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T.Hani. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Husnu Abadi (Ed.)). Pustaka Ilmu
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit: PT Grasindo.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid1*. Jakarta: Erlangga.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Sinambela, Lijan Poltak. (2021). *Metodologi Penelitian Kuntitatif. Teoritik dan Praktik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sudarsono, Heri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Tegal: CV. Pustaka Abadi.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang (2019), *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus*. Jakarta: Center of Academics Publishing service.
- Suprpto, R., & Azi, Z. W. (2020). *Cetakan pertama, Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Tjiptono, Fandy. (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2020) *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (7<sup>th</sup>ed). Mc Graw Hi Education.

#### **Jurnal:**

- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385>
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102102. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>. *International Journal of Information Management*, 53, 102102.
- Almayanti, W., & Chaerudin, C. (2022). Pengaruh Mobile Banking E-Service Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA di Wilayah Karawang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 241-249.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54–61.
- Aulia, N. D., Saryadi, S., & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Reddoorz di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 203-209.
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>

- Brahmanta, Gama Putra., & Wardhani, Nuruni Ika Kusuma. (2021). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, risiko terhadap minat menggunakan ulang shopeepay di Surabaya. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(2), 97-108.
- Damanik, J., & Yusuf, M. (2022). Pengaruh Persepsi Nilai, Ekspektasi, Manajemen Pengunjung, dan Kepuasan Pengunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Candi Borobudur. *Jurnal Wisata Pusaka*, 17(2), 174–189.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Fauzi, A. A. (2018). Electronic Service Quality on Mobile Application of Online Transportation Services. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(1), 13–27. <https://doi.org/10.25124/jmi.v18i1.1256>
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 757-763.
- Hamidi, H., & Safareeyeh, M. (2019). Sebuah model untuk menganalisis pengaruh adopsi *mobile banking* pada interaksi dan kepuasan pelanggan: Sebuah studi kasus *m-banking* di Iran. *Telematika dan Informatika*, 38, 166-181.
- Hasanah, N., Nurhayati, D., & S. (2022). Pengaruh Platform E-Commerce (Shopee) Dan M-Banking Terhadap Kemampuan Berwirausaha Mahasiswa. *Patriot Journal Economics Education (Pat-Jee)*, 1(1).
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 100.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Londa, Dominika R. Worang, Frederik G., & Arie, F. V. (2022). THE INFLUENCE OF PERCEIVED CREDIBILITY, PERCEIVED EASE OF USE, AND PERCEIVED USEFULNESS TOWARD CUSTOMER SATISFACTION IN USING BSGTOUCH. *Jurnal EMBA*, 10(4), 934–945.

- Mansyriah, H. Z., Saryadi, S., & Dewi, R. S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 195–202. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Mas Azzaqiatu Sholiha, W. M. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan. *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 265–275.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). *Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. 4(2), 1–9.
- Muliadi, M. L., & Japarianto, E. (2021). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 20–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20-27>
- Nasution, H. (2019). European Journal of Management and Marketing Studies 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. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3360880>
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Nur Makmuriyah, A., & Marella Vanni, K. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi 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), 37–44.
- Oktafiani, H., Saidani, B., & Yohana, C. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 5–24.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Penguatan Kepuasan Model Hubungan E-Service Quality Dan E-Loyalty Pada Konsumen Go-Jek Dan Grab. *Sosiohumaniora*, 21(3), 237–246. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491>
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada

- Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 10(1), 66–76.
- Raiyan, M., & Siregar, M. R. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek Di Banda Aceh pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 150–164. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Rakasiwie, B., & Ekasasi, S. R. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Penjual Online pada Situs Bukalapak. Com. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 173.
- Sahrir, A., Bua, H., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Oleo, H., Sukotjo, E., & Oleo, U. H. (2019). The Effect of Marketing Mix and Word of Mouth (WOM) on Repurchasing Interests. *Jumbo*, 3(2), 135–147. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JUMBO>
- Sandy, E., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Minat Konsumen dalam Penggunaan Ulang Go-Pay di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bis* Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39-51.
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39–51.
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Tulodo, B. A. R., & Solichin, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 25–43.
- Wahyuni, R., & Ritonga, K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Keamanan dan Kerahasiaan, dan Kecepatan terhadap Intensitas Perilaku dalam Penggunaan E-filing (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Senapelan). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–15.
- 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.

**Skripsi:**

Marini. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Dana Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Masyarakat Kota Palembang)*. UIN Raden Fatah Palembang.

**Website:**

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022> (Diakses pada Maret 2023)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Diakses pada Maret 2023).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/09/penetrasi-internet-di-indonesia-belum-merata-sampai-2022> (Diakses pada April 2023)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/18/layanan-perbankan-digital-makin-sering-digunakan> (Diakses pada April 2023)

[https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=14&id\\_subkategori=227&tahun\\_awal=2021&tahun\\_akhir=2022](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=14&id_subkategori=227&tahun_awal=2021&tahun_akhir=2022) (Diakses pada April 2023)

<https://bankmandiri.co.id/> (Diakses pada Mei 2023)