

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Fahmi, I. (2016). *“Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Dan Aplikasi.”* Alfabeta.
- Fatihudin, Didin, A. A. F. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jusuf, D. I. (2021). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Penerbit Andi.
- Kotler, P. A. G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (13th ed.). Erlangga.
- Mauludi, A. (2016). *Teknik Belajar Statistika*. Alim’s Publishing.
- Santoso, S. (2015). *SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*. PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Siregar, S. (2014). *Satatistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sudana, I Made. Rahmat Heru Setianto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS*. Erlangga
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Supranto, J. (2016). *Statistik Teori Dan Aplikasi* (8th ed.). Erlangga.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Andi Offset.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.).

### Jurnal :

- Alistriwahyuni, N. (2019). "Pengaruh Promosi Penjualani, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna I-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* 7.2.
- Anggono, Buyung Nova Tri, Istiatin Istiatin, A. S. H. A. (2020). "Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 15.1 (2020): 144-153.
- Angraini, D. (n.d.). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka*.
- Davis, F. D. (n.d.). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly* (1989): 319-340.
- Ernawati, P. (2018). *Pengaruh Fitur Layanan, Penghargaan Dan Mitra Kerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu*

*Tulungagung.*

- Ernawati, T. U. (2017). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking pada Bank Rakyat Indonesia Di Surabaya. *Diss. Stie Perbanas Surabaya.*
- Haqiqi, I. H. (n.d.). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Net Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Kelapa Dua Tangerang). *Bs Thesis.*
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85-92.
- Latan, Hengky, A. S. T. (2013). "Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Ibm Spss 20.0. *Alfabeta 146.*
- Muhsin, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile banking Di Bank Mandiri Syariah Cabang Jember. *Universitas Muhammadiyah Jember.*
- Mustika, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Ketersediaan Fitur Islami, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile banking Bri Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Salatiga.*
- Pribadi, Arif, A. R. G. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat.*
- Putri, Mayangsari Herlika, A. H. M. W. (2021). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Shopee Di Kota Surakarta. *Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Putri, N. I. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Studi Kasus Layanan Gopay. *Journal Of Entrepreneurship, Management And Industry (Jemi) 4.1.*
- Rahayu, P. P. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Yogyakarta).*
- Sari, D. (2016). *Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Yang Dirugikan Akibat Kesalahan Sistem Bank Pada Layanan Mobile banking.*
- Shabrina, Galuh Yunas, A. R. D. (2021). "Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Pada Pengguna Ovo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn) 9.*
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*

- Sulistiyarini, S. (2013). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb). *Diss. Universitas Brawijaya*.
- Syahniar, A. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia. *Universitas Muhammdiyah Jember*.
- Wibowo, Setyo Ferry, Dede Rosmauli, A. U. S. (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*.
- Wulandari, Novitasari Putri, A. N. K. M. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile banking Di Bandung. *Majalah Bisnis Dan Iptek 10.2*.
- Yogiarto, A. H. P. (2015). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah. *Universitas Negeri Yogyakarta*.

Website :

Qoala, 6 April 2021 <https://www.Qoala.App/Id/Blog/Bisnis/Apa-Itu-Bank-Syariah-Indonesia/> .  
(Diakses Pada Tanggal 8 November 2021 Waktu 16.56 Wib).