

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Risma. 2017. *“pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri”*
- Annisa Fitri Iriani. 2018. *Journal of Islamic Management and Bussines*. Vol. 2, No. 2
- Dimas Pangestu. 2022. *Jurnal Muamalat Indonesiae-ISSN: 2777-0435* Vol.2, No.2, , Hal 72-86
- Hadi Nur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*. ISSN: 2549-4988 , Hal 139
- Herry Buchory dan Djasmin Saladin, 2006 *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya hal. 115-116
- Iin Yusmaina. 2020. UIN Raden Intan Lampung, *“Efektivitas Dan Resiko Penggunaan BSI Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah Mandiri (BSM)”*,
- Intan Wulan Dari Bancin, Nurul Jannah. 2022. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*. E-ISSN: 2774-2075 Vol. 2 No. 2, Page 1487-1499
- Kasmir, 2010. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. hal.240
- Nabhila, A., & Sultan, U. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan BRI Mobile (Studi Pada Masyarakat di Kota Malang). 1–18.
- Nurul Azizah Aunillah Devy, Khusnul Fikriyah. 2022. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*. Vol. 2 No. 1, Page 1386-1398
- Nur Rianto Al Arif, 2010 *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta. hal.192
- Nurhadi. 2018. *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA: Yogyakarta. ISSN 2549-4988(p)
- Prihadinin, Novie Pradita. *“Pengaruh promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi Bank Syariah Mandiri Mobile”*
- Setiawan, H. (2016). Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. *Keuangan Dan Perbankan*, 3, 518–528.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *5(2)*, 128–147.

- Susanti, A. puspa. (2020). Pengaruh literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan emoney. 2737. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>
- Usmara, 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books, hal.94
- Wahyu Agus Winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29
- Fandi Tjiptono, 1997. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI.), hal.35-36
- Widianingsih, Dea. 2023. *Pengaruh Kemudahan, Kegunaan, dan fitur Layanan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta:. Hal. 13
- Wulandari,Khusnul. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan BSI Mobile (Studi Kasus Di BSI Ajibarang). Universitas Islam Negeri prof KH Saifudin Zuhri Purwokerto
- Yogi Uliansyah, 2017 , “*Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*”, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Zuliatin, 2016. *Pengaruh Personal Selling, Direct Selling dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar*, Jurnal Ekonomi Syariah AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, Oktober, 2016, hal.97
- www.banksyariahindonesia
<https://tafsirweb.com/1291-surat-ali-imran-ayat-159.html>