

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Andrianto. (n.d.). Manajemen Bank Syariah (2019th ed.). Surabaya: CV.Amerta Media
- Baihaqqy. (2021). Bank dan Lembaga Keuangan. CV. Amerta Media
- Buchari Alma. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV.Alfabeta,Bandung.
- Fitria, K. E. S. P. S. P. N. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa.Yayasan Kita Menulis.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik.Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RD.Bandung : Alfabet
- Sugiyono. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Tahun 2019. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RD. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RD. Bandung: Alfabet
- Sumartik dan Hariasih. (n.d.). Buku Ajar Manajemen Perbankan (2018th ed.).

Sumber Jurnal:

- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>

- Eka Juliana, B., Rahayu, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro, S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BNI Kantor Kas Baureno Kabupaten Bojonegoro.
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya).
- Nawangsari, & Widiastuti. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT Bank DKI-Depok). 2018.
- Fadlan, A. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)*.
- Falina, F. (2022). Pengaruh Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada PT Mulia Utama Mandiri Medan. Universitas Medan Area.
- Hardani, Auliya, H. N., Andriani, H., Fardani, A. R., Ustiawati, J., Utami, F. E., Sukmana, J. D., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
https://www.researchgate.net/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif?enrichId=rgreq-bb06dd1788ec15cb39288c1f439baefe-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM0MDAyMTU0ODtBUzo4NzA2MzQxNjI3NjE3MzBAMTU4NDU4Njc2ODM2NQ%3D%3D&el=1_x_2&esc=publicationCoverPdf
- Heri Diyan Kurniawan. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian . 1 Nomor 4*.
- Intan, K., Dhyasa, D. C., & Krisna Heryanda, K. (n.d.). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Reserve Dewata*. 6, 2023.
- Kaban, R. F., & Iqbal, M. (n.d.). *Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*.
<https://doi.org/10.24853/jmmb.v2i1.8322>
- Kualitas, P., Dan, L., Keluhan, P., Tinggi, S., & Indonesia, I. E. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya*. 15(2), 210–231.

- Markonah. (2017). *Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta* .
- Martina, I., Wardarita, R., & Rukiyah, S. (2022). *Pengaruh Model Discovery Learning Terhadap Peningkatan Rasa Ingin Tahu Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia* 10(1).
- Mustari, R. (2021). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI KCP Sinjai Kabupaten Sinjai*.
- Nawangsari, & Widiastuti. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT Bank DKI-Depok)*.
- Rasyid Al, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek*.
- Saputra, A. (2020). *Faktor- Fkaktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa di Kota Batam*. 8(3), 93–102.

Sumber Web-Site:

Otoritas Jasa Keuangan . (2015).