

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. 2020. “Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)”
- Ahmad., Bambang Setiyo Pambudi. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI. *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No. 1, April 2014
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (n.d.). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 3).
- Asuan. (2019). *TRANSAKSI PERBANKAN MELALUI INTERNET BANKING*. 17.
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior, *77*, 511–535.
- Citra, Agus, K., Ary Wibawa, A., Ketut Kirya, I., & Suwendra, W. (2018). Bisma: *Jurnal Manajemen* | 121. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 4(2).
- Ekonomika, J., Islam, B., Endriyanto, R., Islam, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Indrarini, R. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET LINKAJA (STUDI KASUS DI SURABAYA)*.
- Fajrin Amalia. (2020). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(2), 201–223.
- Fitriani Latief, & Dirwan. (2020). *PENGARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG DIGITAL*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 2684–9283.
- Hendro, O., Asiati, D. I., & Sari, D. P. (2020). *PENGARUH PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN DIGITAL*

DIMEDIASI OLEH PENGETAHUAN KONSUMEN DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN DI BANK SUMSEL BABEL CABANG

- PRABUMULIH. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 73–98.
- Joan Tony Sitinjak, L. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANANPEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. *Manajemen*, 8, 2477–4774.
- Karimi, S., Papamichail, K. N., & Holland, C. P. (2015). The Effect Of Prior Knowledge And Decision Making Style On The Online Purchase Decision Making Process : A Typology Of Consumer Shopping Behaviour. *Decision Support Systems*. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2015.06.004>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role Of Trust, Perceived Risk, And Their Antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia Dandy. (2020). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Journal*, 14.
- Layanan, F., Kepercayaan, D., Ferry Wibowo, S., Rosmauli, D., & Suhud, U. (n.d.). *STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA*.
- Nirwandani, B., Utomo, S., Hidayat, R. M., & Bisnis, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan. 2(1), 39– 48.
- Novitasari, R. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. In *Jurnal Ekonomi & Pendidikan (Vol. 17, Issue 1)*.

- Penelitian Pendidikan, J., Sofiah, R., & Hidayah, R. (2020). Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (Stm) Sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur Characteristics Analysis Of Science Technology Society (Sts) As A Model Of Teaching: A Literature Study. 7(1).
- Poon, W. C. 2008. Users Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing* Vol. 23 No.1.
- Rambat Lupiyoadi. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.
- Syaiqoni, I., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2023). PENGGUNAAN GO-FOOD. *Dynamic Management Journal* ISSN, 7(1), 2580–2127.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.