DAFTAR PUSTAKA

Aditama, B. (2020). Manajemen Pemasaran. (Tahun terbit: 2020).

Agustin, N. (2021). *Kualitas Layanan Perbankan Syariah Berbasis Nilai Islam*. Jakarta: UIN Press.

Alif Fadil Mallapiseng. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayan dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah BSI LC Slamet Riyadi 1. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, *4*(1), 73–86. DOI: 10.36908/jimesha.

American Marketing Association (AMA). (2017). *Definition of Marketing*. Chicago: AMA.

Andarias Buttu Kayang. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Kualitas Pelayanan dan Persepsi Penggunaan Mobile Banking bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akutansi (EKOMA)*, *3*(6), 658–668. https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4478.

Anggraeni, F., & Waluyo, B. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Peralihan Mobile banking BSI ke BYOND by BSI. Dalam PROSIDING SEMINAR NASIONAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN (SNAM). Politeknik Negeri Jakarta.

Apriliani, S., Trianti, K., & Widayawati, E. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Byond Bsi. JIAGABI, 14(2), 618–627.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Marketing: An Introduction* (13th ed.). Pearson Education.

Baidhowi, A., & Zaifullah, N. H. (2025). Pengaruh Fitur Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Ekonomi Syariah Di Sumenep Dalam Menggunakan Byond By Bsi. ISTISMAR: Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam, 8(2).

Coulter, M. (2023). Management (16th ed.). Pearson Education.

David, F. R. (2016). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.

Dwisetyawati, D., Krisdianto, D., & Anastuti, K. U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan Byond By Bsi. JIAGABI, 14(2), 392–406.

Griffin, Ricky W. (2021). Management (13th ed.). Cengage Learning.

Haryanto, J., Silitonga, R. Y. H., & Setiawati, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi XYZ untuk Meningkatkan Kepuasan Mitra dengan Metode Servqual, IPA, dan CSI. Journal of Integrated System, 6(2), 197–209.

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.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Mootalu, O., Mananeke, L., & Sambul, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(3).

Novianti, A. (2021). Pengantar Manajemen. Penerbit Deepublish.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational Behavior (17th ed.). Essex: Pearson Education Limited.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.

Siau, K., & Wang, Q. (2020). A meta-analysis of the moderating role of culture in the relationship between trust and technology acceptance. Journal of Computer Information Systems, 60(5), 459-472.

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran.

Sudaryono. (2022). Manajemen Pemasaran. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung

Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran Jasa (Edisi ke-3). Andi.Purnomo, R. D. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP Bogor Citereup 3. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah,2* ,342–356.https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.1008.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.

Wibowo, Y. B., & Wijayanto, A. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia (JAKI), 18(2), 177–196.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.