

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, I., Dwi, S., & Putri, A. (2022). Peran Digitalisasi dan Informasi Terhadap Kinerja Perbankan Syariah dalam Perspektif Society 5.0 Di Perekonomian di Indonesia. *JIB: Jurnal Perbankan Syariah, Vol 2*(No 1 (2022): JUNI), 1–10.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen, 9*(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- 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>
- Andrew Utama. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia.
- Angela, E. A. (2020). Pengaruh Kinerja Pelayanan, Customer Relationship Management dan Digitalisasi Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keuasan Nasabah Sebagai Variabel Intevening (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali). *Skripsi*, 1–198.
- Aqil Aulia Wafda Amin. (2022). Analisis Social Media Marketing dalam Membentuk Brand Loyalty Sepatu Lokal di Masa Pandemi Covid-19. *Persepsi: Communication Journal*. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i1.9297>
- Arifin, Z., & Pratama, A. (2021). The Impact of Digital Banking Implementation on Customer Satisfaction: A Case Study of BSI Digital Banking Users. *Jurnal Manajemen Bisnis, 15*(2), 123–138.
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management, 44*, 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>
- Bakhtiar, M. R. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli *Customer Online Shop Elevenia. 10*(November), 203–218.
- Budi Darma. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas. In *books.google.com*.
- Clarensia, J., Rahayu, S., & Azizah, N. (2012). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010). *Jurnal Akuntansi, 1*(1), 72–88. <http://www.e-jurnal.com/>
- Deny Kurniawan. (2008). *Uji T 2-Sampel Independent (Independent 2-Sample T-TEST)*. 0–4.
- Devi Ratnaningrum. (2022). Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko,Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadapminat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile Bankingbank Syariah Indonesia.
- Fauzan, M., & Suhendro, D. (2018). Peran Pasar Modal Syariah Dalam Mendorong Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. www.ojk.go.id
- Fenny Syahputri. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas

- Layananinternet Banking, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitasnasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabelintervening Pada Bank Bni Syariah.
- Ghozali, I., & Diponegoro, U. (2018). *Jaes-imang*. *September*.
- Hamzah, Z. Z., & Nurhandayani, S. (2022). Pengaruh Der Dan Cr Terhadap Harga Saham Pt Bakrie Plantations Tbk Periode 2015 - 2019. *12*, 170–184.
- Hasan. (2002). *No Title*.
- Ibrahim, Y. (2022). Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, *11*(1), 1–15. <https://doi.org/10.47766/syarah.v11i1.293>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, *18210047*, 1–12.
- Jauhariyah, I. (2020). Pengaruh Self-Service Technology (SST) terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Indonesia. *Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim*, 209. <http://etheses.uin-malang.ac.id/22374/>
- Kamarudin, J., & Novianti, M. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan , Keamanan , dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju) *The Influence Of Convenience , Security And Risk Factors On Customer Satisfaction In Using Mobil*. *1*(2), 11–18.
- Karmila Utari. (2022). Efisiensi Keputusan *Merger* Tiga Bank Syariah di Indonesia pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi di BSI KC Bengkulu Panorama). *10*, 311–324. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>
- Kenny, D. A., & Judd, C. M. (2014). Power Anomalies in Testing Mediation. *Psychological Science*, *25*(2), 334–339. <https://doi.org/10.1177/0956797613502676>
- Khotimah Nurul. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik) (Vol. 05, Issue 01). <http://m.kontan.co.id>
- Mamun, S., & Ningsih, T. H. (2021). Implementasi Strategi Layanan Teknologi Digital Banking dan Service Quality dalam Perspektif Nasabah pada Perbankan Syariah (Study kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tomang). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, *6*(02), 223–233. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>
- Margaretha. (2021). Manajemen Resiko Dan Kinerja Keuangan (Bank Umum Syariah Vs Bank Umum Konvensional). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, *4*.
- Maryari, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 542–550.
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2021). Model Peningkatan Loyalitas Nasabah Internet Banking Berbasis Persepsi Resiko, Persepsi Privasi dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *8*(1), 22–37. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5042>
- Mulyadi, H., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Penerapan Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pro Car International Finance

- Cabang Padang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(2), 1–12. <https://osf.io/preprints/inarxiv/bhq8d/>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nurma Sari. (2020). Manajemen Dana Bank Syariah.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- OJK. (2015). *Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum*. <https://Ojk.Go.Id/Id>.
- OJK. (2022). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022. Ojk.Go.Id.
- oktaviani, zeni. (2023). Strategi Layanan Digitalisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah (skripsi). 108–109.
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Roslina Noor Hidayati. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi.
- Roslina Noor Hidayati. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Na.
- Sari sasi gendro, dea aulya. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Semma, M. A. (2021). Pengaruh Inovasi Digital Banking Dalam Efisiensi. 19.
- Setyo Puji, P., & Hakim, L. (2021). Peran Gender sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah (Vol. 9, Issue 1).
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sobel, M. (1982). *Calculation for the Sobel Test*.
- Subagyo, B., & Murwaningsari, E. (2023). Pengaruh Visibilitas Media Dan Digital Bank Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Dengan Tata Kelola Sebagai Variabel Moderasi. *Technomedia Journal*, 8(1 Juni), 67–81. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1.1925>
- Sugiyono. (2018). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March).
- Sugiyono, S., Ihamuddin, I., & Rahmawan, A. (2014). Klasterisasi Mahasiswa Difabel Indonesia Berdasarkan Background Histories dan Studying Performance. *IJDS Indonesian Journal of Disability Studies*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.21776/ub.ijds.2014.01.01.03>

- Suhendro, D. (2018). Analisis Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Keuangan Pada PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1710>
- Tarigan, M. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Umar, N. (2019). Pengetahuan Dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Bencana Banjir Di Bolapapu Kecamatan Kulawi Sigi Sulawesi Tengah. *Jurnal Keperawatan Soedirman*, 8(3), 184–192.
- Umu Nusaibah. (2023). Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Kalangan Generasi Z Untuk Peningkatanliterasi Keuangan Syariah (Studi Kasus Mbanking BSI).
- W Yanto, E Baskor, F. F. (2020). Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian *Financial Technology* Pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment (St. 1–23).
- Widayanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–10.