

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Agusman, R. (2018). *Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal*.
- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 255–268.
- Arikunto, S. (2003). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156–167.
- Bungin, B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Jawa Barat: Guepedia.
- Faizi. (2021). *Pengembangan Produk Perbankan Syariah di Indonesia: Teori dan Praktik*. Jakarta Selatan: Pustaka Harakatuna.

- Febriyani, D. A. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat beli online pada mahasiswa UST Yogyakarta pengguna Zalora. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(11), 10–19.
- Hapsara, R. F. (2015). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura)*.
- Ifham, A. (2015). *Ini Lho Perbankan Syariah: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Johar, R., & Suhartanto, D. (2019). *The Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry*. 662, 032032.
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI TINGKAT KEAMANAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA DI DKI JAKARTA. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50–67. <https://doi.org/10.25170/jara.v11i1.52>
- Kurniati, K. (2017). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52.
- Lemeshow, S. (Ed.). (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. Published on behalf of the World Health Organization by Wiley ; Distributed in the U.S.A., Canada, and Japan by Liss.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Perspektif Al-Qur'an. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1), 50–58.

- Mansur, M. (2018). BANK SYARIAH: Antara Labelisasi dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 4(1), 54–70. <https://doi.org/10.36420/ju.v4i1.3547>
- Marliyah, M., Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). The Effect of E-Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile Banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2717–2729.
- Mehta, R. C., & Patel, R. N. (2010). *IBM SPSS Exact Tests*. 237.
- Muhamad. (2018). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO, FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PENGGUNA INTERNET BANKING (STUDI KASUS BRI SYARIAH PUSAT). *JURNAL VISIONIDA*, 6(2), 64. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3508>
- Rahmawati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(6), 1118–1127.
- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 4(6), 478–492.

- RISKAWATI, R. (2019). *PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA IAIN PALOPO MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo)*.
- Safitri, N., & Anggraini, W. (2021). Trust on Sharia M-Banking: Evidance on Milenials Generations. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 2(1).
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sarwono, J., & Salim, H. N. (2017). *Prosedur-prosedur Populer Statistik untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Sinambela P, L., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Sitompul, S. S., & Irvan, I. (2019). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, FITUR, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI SMARTPHONE PADA ASIA PONSEL PEKANBARU. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 310–320.
- Solehah, K. (2019). *Pengaruh promosi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah menggunakan internet banking pada bri syariah kcp ponorogo*.
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Suharyono, S. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2).
- Sukhmono, B. R. (2011). *Pengaruh label syariah pada lembaga perbankan terhadap jumlah nasabah BNI Syariah cabang Jakarta Selatan*.
- Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). *Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking*. 25, 671–688.
- Umam, K. (2016). *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.