

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, A. S., Kertahadi., dan Riyadi. (2013). Pengaruh Penggunaan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah,. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 1 No. 2. hlm. 5. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Awamleh, Raed & Fernandes. (2005). Internet banking: : An emprical investigation into the extent of adoption by banks and the determinants of customer satisfaction in the United Arab Emirates, *Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Bank Syariah Indonesia. (2021) *Informasi Perusahaan (Tentang Kami)*, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id>.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Berita Media. (2021, 26 April) *BSI Catat Volume Transaksi Digital Rp.40,854Triliun, BSI Mobile Naik 82%*, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id>.
- Estradiyanto, Niko. (2012). *Perlindungan Bagi Nasabah Bank dalam Penggunaan Fasilitas Internet Banking atas Terjadinya Cyber Crime di Indonesia*. Universitas Sebelas Maret Surakarta, Surakarta, Indonesia.
- Fijriani, Yuyul. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas UNIMUH Alauddin*. Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia.
- Fitria, A., dan Munawar, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI*. Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, Bogor, Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Andrew. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking, *Jurnal Nominal*, Vol. 3 No. 2, hlm. 56-57.
- Hadri, Kusuma & Dwi Susilowati. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan *Internet Banking*: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Intimewa Yogyakarta,. *Jurnal JAAI*, Vol. 125, No. 2,

- Halimah, Siti Nur. (2018). *Pengaruh Internet Banking Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BNI Syariah Kc Surakarta)*. Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, Salatiga, Indonesia.
- Hariyanto, A. T. (2021, 23 Februari) *Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta*, diakses dari <https://inet.detik.com>.
- Hartawan, Dedi. (2017). Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang), *I-Economic*, Vol. 3, No. 2, hlm. 149. *A Research Journal on Islamic Economics*.
- Hidayatullah, Syarif. (2017). *Perbankan Syariah Pengenalan Fundamental dan Pengembangan Kontemporer*. Banjarbaru: CV Dreamedia.
- Huda, N. A., Wahyuni, S., dkk. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta." *Business & Management Review*.
- Hughes, T. (2006). New Channels/Old Channels - Customer Management and Multi-Channels. *European Journal of Marketing*.
- Indah, Dewi Rosa. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, hlm. 545-554.
- Irawan, Handi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ismail. (2010). *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi Dalam Rupiah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Juliansyah, Neca. (2018). *Pengaruh Layanan Internet Banking Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Bandar Lampung*. Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia.
- Karjaluoto. (2002). "Electronic Banking In Finland" *Jyvaskyla Studies in Economics* 18.
- Karomilah, Mila. (2015). *Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia.

- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Khoirunnisa, Evani. (2017). *Pengaruh Penggunaan E-Banking , Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. IAIN Salatiga, Salatiga, Indonesia.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran: Principles Of Marketing 7C*. Edisi 14. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melenium 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indobesia Jilid & 2. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher H. & Lauren K Wright. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Maharsi, Sri & Fenny. (2006). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna *Internet Banking* di Surabaya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 8, No. 1, hlm. 35.
- Malmsteen, Maman. (2021, 14 Februari) *Kelebihan dan Kekurangan Internet Banking (e-banking)*, diakses dari <https://www.serambibisnis.com>.
- Mukherjee, A. & Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, Vo. 21 No. 1, hlm. 5.
- Nasution, Mislal Hayati & Sutisna. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*. Vol. 1, No. 1, hlm. 63 & 65.
- Naumann & Kathleen Giell. (1995). *Customer Satisfaction Measurement and Management*. Cincinnati, Ohio: Thomas Executive Press.
- Pratama, I Putu Agus Eka. (2014). *Komputer dan Masyarakat*. Bandung: Informatika.
- Raharjo, Sahid. (2017, 5 Maret) *Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov dengan SPSS Full Edisi*, diakses dari <https://www.youtube.com>.
- Rahmah, Yuslia Naili. (2018). *Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.

- Rianto, Nur. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Riswandi, Budi Agus. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Riyanto, G. P. (2021, 23 Februari) *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*, diakses dari <https://tekno.kompas.com>.
- Saputro, Dwi Brian & Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Mandiri Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*. Vol. 2, No. 1, hlm. 37.
- Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dari R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suraone, Harbeis. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.
- Tampubolon, Nelson. (2004). Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking). *Surat Edaran*.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. (2008). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widayanto, Adhe Ilham Hawari Gusti. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Pemeditasi Kepuasan Nasabah Bank Cimb Niaga Di Surabaya*. Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, Surabaya, Indonesia.

Wijayanti, Ratih. (2009). *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank Di Depok)*. Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia.

Zainal, Arifin. (2009). *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. Cet. Ke-1. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.