

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyastuti Suratman(2015). Analisis Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen.
- Adji, J. Samuel H. 2014. Pengaruh *Satisfaction* Dan *Trust* Terhadap Minat Beli Konsumen (*Purchase Intention*) Di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1, Pp. 1-10.
- Amalia, Rizky. 2009. Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengguna Mobile Banking Di Yogyakarta, Skripsi Sarjana Strata I, Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Uii.
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. Pengaruh Faktor-Faktor Risiko Dan Kepercayaan Dalam Penerimaan Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile Banking Di Makassar, Skripsi Sarjana Strata I, Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Uii.
- Anderson, E., Sullivan, M., 1993. The Antecedents And Consequences Of Consumer Satisfaction For Firms. *Management Science* 12 (2), 125–143.
- Gerrad, P. Dan Cunningham, J.B. 2003. —The Diffusion Of Internet Banking Among Singapore Consumers. *The International Journal Of Bank Marketing*. Vol.21, No.1. H.16-28.
- CU Pancur Kasih ; Data Tahun Pengguna Cupk Mobile Tahun 2022. SK Pengurus
- Chandra, C. (2017). Peranan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Layanan, Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money Di Indonesia).
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. *Mis Quarterly*. Vol 13 (3); 319-340.
- Ermawati, Nanik, And Zamrud Mirah Delima. 2016. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem.” *Juenal Akuntansi Indonesia* 5 (2): 163–74. [Http://Jurnal.Unissula.Ac.Id/Ind](http://Jurnal.Unissula.Ac.Id/Ind).
- Ernawati, T. U. (2017). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat
- Findy Meileny, Tri Indra Wijaksana (2019) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan.

Hapsara, R. F., & Noer, S. (2015). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bri Kantor Cabang Solo Kartasura). 151, 10–17.

<https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>

<https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>

<https://www.skripsibisa.com/2018/06/tutorial-cara-melakukan-analisis-jalur-path-analysis.html>.

<https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>

<http://journal.ildikti9.id/Ekonomika> Vol 6, No, 1, Februari 2022, pp 1-10
p-ISSN:2088-9003 dan e-ISSN: 2685-6891.

<http://feb.unila.ac.id/wp-content/uploads/BAB-III-EFEK-CITRA-TOKO-DAN-HARGA-PADA-EKUITAS-MEREK-YANG-DIMEDIASI-OLEH-PERSEPSI-KUALITAS.pdf>

Jenny Natalia Dahlia Br Ginting (2018) Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu.

Menurut Namho Chung and Soon Jae dalam jurnal dengan judul *effect of trust level on mobile banking satisfaction: a multi-group analysis of information system success instruments*. Vol. 28, No. 6, November–December 2009, 549–562.

Maharsi, Sri Dan Fenny. 2006. “Analisa Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking Di Surabaya”. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 8 (1), Mei 2006, 35-51

Nurrahmanto, Prasetyo Agus. 2015. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Beli *Online Bukalapak.Com*.” Skripsi Program Sarjana (S1) Pada Feb Universitas Diponegoro Semarang: Tidak Diterbitkan.

- Reza Nurzanita, Novi Marlana (2020)
Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.
- Rr. Selli Nisrina Faradila, Dr. Harry Soesanto, Mmr (2016), Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.
- Shynde Limar Kinanti, <https://swanstatistics.com/analisis-jalur-path-analysis/>
- Supranto, J. (2012) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Steven, D. Antonia G. Leela T. 2012. Perceived Risk And Trust As Antecedents Of Online Purchasing Behavior In The Usa Gemstone Industry. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*. Vol. 24 No. 3, 2012 Pp. 433-460
- Tryas Chasbiandani Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (2019) Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Kepercayaan Dan Kepuasan penggunaan Mobile Banking.
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay Di Kota Jakarta). 1–10.
- Widia. (2018). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. Retrieved From <Http://E-Repository.Perpus.Iainsalatiga.Ac.Id/7728/1> Widia 213-14-232 A
- Yulisa Gardenia. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma. Email: Yulisa_Gardenia@Yahoo.Com.
- Zeyad M. Em. Kishada And Norailis Ab. Wahab. (2015). Influence Of Customer Satisfaction, Service Quality, And Trust On Customer Loyalty In Malaysian Islamic Banking. *International Journal Of Business And Social Science Vol. 6, No. 11; November 2015*.