

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D., & Fitra, R. (2023). PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIGITAL ISLAMIC NETWORK. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 46–57.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Islamic Sciences, Sumenep*, 1, 70–89.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2022). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissa Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Batubara, M., Jannah, N., & Ritonga, A. L. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use and Security on Interest of Using BSI Mobile Services With Trust as Intervening Variable (Case Study on UINSU Medan Students). *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research*, 2023(1), 1–9.
- Fitria. (2015). PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA Tira Nur Fitria STIE AAS Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 01. No.2(Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia), 83–84.
- Halim, S. P., Azhad, M. N., & Puspitadewi S, I. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2035. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i10.2252>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 100.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Edisi ke-1). Yogyakarta: Andi
- Karnadi, Z., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan ,Sikap, Kontrol Prilaku , Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank Bumnn Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(3), 617–631.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan

- Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
<http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288.
<https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (Ke-16). Pearson Education.
- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Lestari, T. A., Sugianto, & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Social Media Influence Marketing, dan Layanan Mobile Banking terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 2907–2868. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/6143/2878>
- Lufna Salsabila, T., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah. *Prosiding SNAM PNJ*, 2022.
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri Kc Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIHbiz :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Metlo, M. Y., Hussain, N., Saqib, G., & Phulpoto, K. (2021). Ghulam Saqib, Kamran Phulpoto and Sanaullah Abro, Impact of Mobile Banking on Customers' Satisfaction. *International Journal of Management (IJM)*, 12(1), 1263–1271. <https://doi.org/10.34218/IJM.12.1.2021.111>
- Mulfadina, T., & Sari, D. K. (2019). Effects of Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , and Perceived Risk on Customer Interests of Using Mobile Banking Services with Gender as Moderating Variables (Study on BRI Customers in Dharmasraya Branch). *International Journal of Innovative Science and Research Technolog*, 4(4), 466–474.
- Mutia Hendarti, A., Candra Yudha, A. T. R., Wicaksono, R. A., Maksum, M., &

- Huda, N. (2023). Knowledge, Service Features, Benefits, And Convenience and Their Influence on Customer Interest: Evidence on BSI Mojopahit 2 Mojokerto City, Indonesia. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 13(1), 49–66. <https://doi.org/10.15642/elqist.2023.13.1.49-66>
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>
- Nasution, M. H., & Sutisna, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 62. <https://doi.org/10.30997/jn.v1i1.241>
- Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Penggunaan BSI Mobile. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(2), 135–147. <https://ieff.ub.ac.id/index.php/ieff/article/view/22>
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. (2020). PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1).
- Nurlaila, & Murtiasih, S. (2023). The Influence of Perceived Trust , Perceived Ease of Use , Perceived Benefits , Perceived Risk , Perceived Service Quality and WOM on Interest in Using Mobile Banking at BUMN Bank. *International Journal of Science, Education, Communication and Economics*, 2(5), 1463–1472. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sj.v2i5.241>
- Okky Natalia, & Rini Tesniwati. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722–1730. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.344>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 12(5), 01– 09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Philip Kotler, Amstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles Of Marketing* (NINETEENTH).
- Pransiska, R., Pangiuk, A., & Putra, H, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Media Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Pemahaman Masyarakat Memilih Bank Syariah. *Ekonomi Syariah*, 1(3). <https://journal.staiyipiqauba.ac.id/index.php/Maslahah/article/view/247>

- PT Bank Syariah, I. (2024). *PT Bank Syariah Indonesia, Sejarah Perseroan*. <https://ir.bankbsi.co.id/>
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *PROFITA : Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8), 1–12.
- Qoes Atieq, M., & Nurpiani, E. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423.
- Rahayu, I. S. (2016). MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Ramli, Y., & Rahmawati, M. (2020). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness that Influence Customer's Intention to Use Mobile Banking Application. *Journal of Business Management*, 22(6), 33–42. <https://doi.org/10.9790/487X-2206113342>
- Rana, P. M. (2013). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Mengajukan Kredit pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Cabang Nganjuk. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*, 1(2), 1–10.
- Sernovitz, A. (2009). *Word Of Mouth: How Smart Companies Get People Talking*. Pub Kaplan. <https://lcn.loc.gov/2006024165>
- Setyaningsih, E. D. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan *Word Of Mouth* Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 14–25.
- Siagian, S. B., & Tambunan, K. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1051–1060.
- Soraya, A., & Ardyansyah, F. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL PADA TABUNGAN EASY WADIAH DI BSI KCP LAMONGAN DALAM. *Jurnal Islamic Banking and Finance*, 6(November), 612–624. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/14516>
- Sudarman, L., Jejen, L., & Husriah, H. (2022). Peran Religiuitas dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.26905/jbm.v9i1.6792>

- Sugiyono. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Ke-3). ALFABETA, CV.
- Suyanto, A. H. (2009). *Step By Step Web Design Theory and Practices* (Andi (ed.); Yogyakarta).
- Syafitri, A., & Padli Nasution, M. I. (2023). Kemampuan Perbankan Syariah Dalam Mengoptimalkan Eksistensi Pada Era Digital 4.0. *MES Management Journal*, 2(2), 176–182. <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i2.64>
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3310–3316.
- Ulya, F. N., Qoyyimah, Q., & Hana, K. F. (2022). Analysis Of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.31958/ab.v2i2.6011>
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175>
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32. <https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>
- Zarnadze, G., & Pereira, I. V. (2021). The impact of WOM on the acceptance of mobile banking. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 15(1), 377–391. <https://doi.org/10.2478/picbe-2021-0035>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/bsi-bank-syariah-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>