

## DAFTAR RUJUKAN

- Adhari, I (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Afrita, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen di Lotte Grosir Banjarmasin. *ePrints UNISKA*, 1-10.
- Amelia dan Novita. (2019). Analisis Usability Aplikasi Pengisian KRS Online STMIK XYZ Palembang Menggunakan Use Questionnaire. *Jurnal Informasi Dan Komputer*, 7(1), 17-28.
- Amelia, dkk. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Medan. *Jurnal Manajemen* 1(1), 11-24.
- Amunawati, B. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi pada E-Commerce Sociolla (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Anggara, G. (2016). Faktor Penghambat Minat Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Layanan Perbankan Berbasis Mobile Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1), 10-11.
- Boyd. (2000). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga
- Buchari, A. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Budiono. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(02), 1-15.
- Candrawati, dkk. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Percieved Risk terhadap Kepuasan Dalam Menggunakan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D3 Akuntansi Semester 1 Politeknik Negeri Malang). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial* (Vol. 4, No. 1), 57-67.
- Chusnah dan Indriana. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi DANA). *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 111-122.
- David. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek, dan Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Palembang. *STIE MDP Repository*.

- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*, Vol. 13, No. 3.
- Djaja, dkk. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Transaksi Menggunakan Kode QR terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, 3(1), 35-50.
- Djunaidi dan Subagyo. (2020). Pengaruh Service Scape dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen di SK Coffee Lab Kota Kediri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadir*, 5(1), 01-18.
- Edi Purwanto (2020). *Technology Adoption: A Conceptual Framework*. Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia
- Erina. (2021). Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat KCP. *Jurnal IAIN Ponorogo*.
- Fathin, dkk., (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna SIMCARD Telkomsel di Jabodetabek). *Seminar Nasional Riset*, 1(1).
- Febrianto & Rahmawati. (2021). The Influence of Perceived Ease of Use And Perceived Usefulness of BNI Sonic On BNI Customer Satisfaction At Main Branch BNI UGM Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(5), 71-88.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunardi dan Erdiansyah. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456-463.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development) Uji Produk Kuantitatif dan Kualitatif Proses dan Hasil Dilengkapi Contoh Proposal Pengembangan Desain Uji Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: Literasi Nusantara.
- Hartono, J. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan (2 ed)*. Yogyakarta: Andi.
- Hulud, dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Mahasiswa Unisma Pengguna GrabBike di Kota Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11(25), 101-115.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indahniar, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Akademik Terhadap Kepuasan Melalui Brand Image Pada Mahasiswa Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1-7.
- Indikator (2022). *AKSES MEDIA DAN PERILAKU DIGITAL*. Jakarta Pusat.
- Indrasari. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriyani, dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Keuangan Akademik di Akademi Maritim Nusantara Cilacap. *Saintara: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Maritim*, 32-38.
- Irawan, H. (2010). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Izzati. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Kesehatan Halodoc Melalui *Model End User Computing Satisfaction* Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1-16.
- Kelvin, K., & Firmansyah, M. D. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Logistik Online: Studi Kasus Maxim di Kota Batam. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 11(3), 357-366.
- Kotler, Philip . (2000). *Marketing Management, Millenium Edition*. Prentice Hal International Inc: New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi *Brand Image* Dan *Brand Trust*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 228-239.
- Lantang, dkk. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech Digital Payment. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 406-414.
- Marcus, dkk. (2012). Analisis Regresi Komponen Utama untuk Mengatasi Masalah Multikolinieritas Dalam Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus: Curah Hujan di Kota Ambon Tahun 2010). *Jurnal Berekeng*, 6(1), 31-40.

- Mardiani dan Yani. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Smartphone Xiaomi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Jakarta Utara. *Media Studi Ekonomi*, 38-47.
- Nugroho, Eko. (2008). *Sistem Informasi Manajemen : Konsep, Aplikasi dan Perkembangan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Poha, dkk. (2022). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(1), 86-104.
- Prastiwi dan Rivai. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 244-256.
- Pratama dan Yulianthini. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Food di Bali pada Masa Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2).
- Ramadhanti, V. S. (2021). Pengaruh *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Kepuasan Pengguna E-Health. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, 11(4), 897-904.
- Ratri, L. E. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Safitri, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Gojek di Wilayah Terminal Purabaya Bungurasi, *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 2(2), 174-183.
- Sanusi, dkk. (2022). Pengaruh *Perceived Usefulness* dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen E-Toll (Studi pada Pengguna E-Toll Card di Cirebon). *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Setyowati dan Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing Vol 18, No 2 (2016)*, 109-110.
- Sihombing, dkk. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Aplikasi Agoda). *eProceedings of Management*, 9(2), 721-726.
- Sopiyan. (2020). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen sepeda Motor Honda PT Helmi Hendra Motor Maja Majalengka). *Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2).

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Suri dan Nainggolan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pippo Italian Senayan Restaurant. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2).

Suryati, dkk. (2022). Pengaruh Service Quality dan Store Atmosphere terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Gerai Ritel Burger Cepat Saji). *Jurnal Kewarganegaraan*. 6(3).

Tjiptono, Fandy. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Trisnawati, dkk. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceive Usefulness, Service Quality, Perceived Value terhadap Customer Saticfaction pada Pengguna Grab (Studi Kasus Mahasiswa STIKOM DB Jambi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa STIKOM*, 1(2), 82-96.

Venkatesh & Davis. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science* 46(2), 186-504.

Wardhana. (2020). *BRAND MARKETING: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Yohani dan Jannah. (2022). Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bank Muamalat KCP Kisaran. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 844-853.

Yuliyanto. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Business and Economics*, 1(2), 168-172.

#### **Media Online :**

Anggraeni dan Khadafi. (2022, 10 3). Transaksi Digital Ngebut, *Mobile Banking* Jadi Primadona Retrieved November 28, 2022, from *Finansial Bisnis*: <https://finansial.bisnis.com/read/20221003/90/1583574/transaksi-digital-ngebut-mobile-banking-jadi-primadona>

APJII di Indonesia Digital Outlook. (2022). Retrieved November 27, 2022, from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: [https://apjii.or.id/berita/detail/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022\\_857#](https://apjii.or.id/berita/detail/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857#)

*Tentang BCA: Konsisten Hadirkan Program CSR yang Inklusif, BCA Raih Penghargaan Gold Champion dalam BISRA Award 2022.* (2022, Juli 5). Retrieved November 27, 2022, from BCA Web site: <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/media-riset/pressroom/siaran-pers/2022/07/05/04/17/bca-raih-penghargaan-gold-champion-dalam-bisra-award-2022>

