

DAFTAR PUSTAKA

- , Agus Prihanto Qoiriah, W. Y. B. (2018). *Keamanan Sistem Informasi*. Zifatama.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Agus, K., & Pramudana, S. (2016). *PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY , KUALITAS MEREK DAN REPUTASI CSR TERHADAP PREFERENSI MEREK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat tugas pemasar menjadi*. 5(11), 6937–6963.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Ahiri, J. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Anwar (ed.)). Unhalu Press.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Akraman, R., Candiwan, C., & Priyadi, Y. (2018). Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi Dan Privasi Pada Pengguna Smartphone Android Di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 8(2), 115. <https://doi.org/10.21456/vol8iss2pp115-122>
- Almossawi, M. (2001). Bank selection criteria employed by college students in Bahrain: an empirical analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 19, 115–125. <https://doi.org/ISSN 0265-2323>
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, KEPERCAYAAN TERHADAP TOKO DAN PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA SITUS JUAL BELI TOKOPEDIA.COM. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–15.

- Anastasia Makalew, G., L. Mananeke, L., & N. Tawas, H. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *Emba*, 4(3), 531–544.
- Andra Tersiana. (2018). *Metode Penelitian* (S. Adams (ed.)).
- Anggita Novita Gampu, L. K., & Uhing, Y. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1330–1340. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10416>
- Arumi, A., & Yanto, H. (2019). ANTESEDEN PENGGUNAAN LAYANAN ELECTRONIC BANKING DI KALANGAN MAHASISWA (SEBUAH KAJIAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL). 8(1), 130–147.
- Audina PutriBasutami, C., Paramita, S., & R. (2018). Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3).
- Aufy, A. F., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access. *Jurnal Administrasi Bisnis, IX(Iii)*, 295–301. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28084>
- Bach, M. P., Starešinić, B., Omazić, M. A., Aleksić, A., & Seljan, S. (2020). m-Banking quality and bank reputation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12104315>
- Badruzaman, D. (2019). Kajian Hukum Tentang Internet Mobile dalam Upaya Pencegahan Dampak Negatif Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia. *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 135. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v3i2.1657>
- Budidharmanto, L. P. (2014). *Millennials Mind of Tourism The Book of Tourism Research*. CV Jakad Media Publishing.
- Butterick, K. (2013). *Public Relations* (1st–2nd ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Castañeda, J. A., Montoso, F. J., & Luque, T. (2014). The dimensionality of customer privacy concern on the internet. *Online Information Review*, 31(4), 420–439. <https://doi.org/10.1108/14684520710780395>

- Ching, M. C., Aik, C. T., Jia, J. S., Kam, H. O., & Boon, I. T. (2011). Factors Affecting Malaysian Mobile Banking Adoption: An Empirical Analysis. *International Journal of Network and Mobile Technologies*, 2(3), 149–160. <http://ijnmt.com/>
- Chung-Hoon Park, Y.-G. K. (2006). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Shopping Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organization*, 4(1), 70–90. <https://doi.org/10.4018/jeco.2006010105>
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Edwar. (2015). Mobile Banking Berbasis Android Untuk Mendukung Pengembangan E-Commerce. *Sisfotenika*, 5(1), 25–36. [https://doi.org/ISSN : 2722-9734 /E-ISSN : 2774-8766](https://doi.org/ISSN:2722-9734/E-ISSN:2774-8766)
- Effendi, M. S. dan S. (2008). *METODE PENELITIAN SURVAI*. LP3ES (Lemabaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial).
- Efris Saputri, E. J. (2019). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil Dan Bunga, Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Kota Jambi. *Jurnal Riset Akuntansi Jambi*, 2(2), 38–46. <https://doi.org/10.35141/jraj.v2i2.492>
- Ekawaty, N., Athallah, D. H., Nur, F., & Anwar, A. (2020). *DAMPAK INOVASI PRODUK DAN REPUTASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang)*. 7(1), 1–11.
- Elsa Wilna, N. L. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH TABUNGAN SIMPEDES PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG BRIGJEN SUDIARTO SEMARANG. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Erwan Agus Purwanto, D. R. S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* (edisi kedua). Penerbit Gava Media.
- Evannaza, N. M. (2017). *Analisis Pengaruh Trust dan Mutu Sistem terhadap Minat Nasabah Untuk Bertransaksi Online dan Dampaknya pada Keputusan Nasabah Dalam Bertransaksi Online*.

- Fadillah, M. Z. F. M. & A. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN REPUTASI MEREK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Sepatu Vans di Kota Bogor). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fakhrudin, A. (2016). Pengaruh Performance Quality, Reputasi Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 65–83.
- Fang, L. H. (2017). Investment bank reputation and the price and quality of underwriting services. *Journal of Finance*, 60(6), 2729–2761. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00815.x>
- Farida, N. U. (2019). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Repurchase Intention Koperasi Serba Usaha (Ksu) Apikri (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kerajinan Ksu Apikri Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 25–33. <https://doi.org/10.21831/jim.v15i1.25073>
- Firmasnyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. DEEPUBLISH.
- Fishol, M. I. (2015). PENGARUH HARGA BELI TEBU, KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PETANI UNTUK MENJUAL TEBU DI PABRIK GULA RENDENG KUDUS. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 14, Issue 2, pp. 184–202). <https://doi.org/10.14710/jspi.v14i2.184>
- Ginting, J. V. B., Chairia, C., & Ramles, P. (2021). Pengaruh Harga, Review Produk, Jaminan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Situs Jual Beli Online Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 169–173. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1112>
- Gunawan, I. (2021). *Keamanan data: Teori dan Implementasi* (T. C. Jejak (ed.)). CV Jejak.
- Gunawan, J. (2018). Tanggung Jawab Sosial, Lingkungan Dan Reputasi Perusahaan: Pengungkapan Pada Situs Bank. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 18(1), 49. <https://doi.org/10.25105/mraai.v18i1.2858>
- Hadi, S. N. (2019). Peran Mediasi Sikap Pada Pengaruh Edukasi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *At-Tauzi': Jurnal Ekonomi Islam*, 19(1), 3.
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Amanah, D. (2018). The impact of word of mouth and university reputation on student decision to study at

university. *Management Science Letters*, 8(6), 649–658.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.4.027>

Heriyana. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 33–39.

Hermanto, S.ST., MM., A. (2017). Dampak Strategis Program Csr Terhadap Kinerja Merek, Ekuitas Merek Dan Reputasi Perusahaan Di Negara Berkembang : Pengujian Terhadap Teori Meta Analisis. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i1.77>

Hidayah, A. A., & Suliyanto. (2019). *Kualitas Website , Merek Website , Reputasi , Rasa Percaya , Dan Risiko Yang Dirasakan Yang*. 5(Mei), 1–8.

Hidayat, F. (2019). *Konsep dasar sistem informasi kesehatan*. DEEPUBLISH.

HR, G.I.S., Fermayani, R. & Harahap, R. . (2020). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (studi kasus pada mahasiswa di kota Padang). *Menara Ekonomi*, 6(2), 1–11.

Husniadi. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Wulan Kokula Selama Masa COVID -19. *Jurnal Kebangsaan*, 10(20), 52–58.

Irawan, B. S. dan. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern* (edisi 2). Liberty.

Irawan, I. A. (2018). Effect of trust, convinience, security and quality of service on online purchase decision (consumer case study in tangerang selatan area). *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 114–122. <https://doi.org/10.24912/je.v23i1.337>

Ishaq, R. el. (2017). *Public Relation* (edisi revi). Intrans Publishing.

Jalaludin, A. (2015). PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN MENGENAI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN WADIAH. *Jurnal Ekonologi*, 2(April), 131–134.

Jayanti, Dwi, Ratna; Zuhri, Zalaluddin, M. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Pucuk Harum Pada Konsumen De Nala Foodcourt. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 33–46.

Jusuf, E. (2019). *Sistem informasi manajemen kontemporer di era digital* (Turi (ed.); Pertama). Gava Media.

- Kamakodi, N., & Khan, B. A. (2017). An Insight into Factors Influencing Bank Selection Decisions of Indian Customers. *Asia Pacific Business Review*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.1177/097324700800400102>
- Kotler, Philip., A. (2004). *Prinsip-prinsip pemasaran* (ke 10). PT. Indeks Kelompok.
- Kotler, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- 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>
- Kurnia, L. M. G. dan E. (2019). *Komunikasi Korporat* (D. Feirus (ed.); Pertama). Kencana.
- Kurniawan, E., & Riadi, I. (2018). Analisis Tingkat Keamanan Sistem Informasi Akademik Berdasarkan Standard ISO/IEC 27002:2013 Menggunakan SSE-CMM. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 12. <https://doi.org/10.29407/intensif.v2i1.11830>
- Kusumadewi, R. (2016). ROUTINIZED RESPON, HABITS DAN BASIC NEEDS: FAKTOR DOMINAN YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Laforet, S., & Li, X. (2015). Consumers' attitudes towards online and mobile banking in China. *International Journal of Bank Marketing*, 23(5), 362–380. <https://doi.org/10.1108/02652320510629250>
- Lafraxo, Y., Hadri, F., Amhal, H., & Rossafi, A. (2018). The effect of trust, perceived risk and security on the adoption of mobile banking in Morocco. *ICEIS 2018 - Proceedings of the 20th International Conference on Enterprise Information Systems*, 2(Iceis), 497–502. <https://doi.org/10.5220/0006675604970502>
- Lelet, F. H. (2014). Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Cabang Boulevard Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 550–561.
- Leon G., Sciffman and Lazar Kanuk., L. (2004). *Consumer Behaviour* (5th ed.). Prentice Hall.
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Onlinedi Online Shop

Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syaria*, 4(2), 1356–1367.

- Liu, X., Guo, X., Wu, H., & Wu, T. (2016). The Impact of Individual and Organizational Reputation on Physicians' Appointments Online. *International Journal of Electronic Commerce*, 20(4), 551–577. <https://doi.org/10.1080/10864415.2016.1171977>
- Lukmanul Hakim, Putri Reno Kemala Sari, N. A. A. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KARYAWAN UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA DALAM MEMILIH BANK SYARIA. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Volume 6 No. 1 Agustus*, 13(1), 43–51.
- Lule, I.; Omwansa tonny K., & Mwololo Waema, T. (2012). Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya. *International Journal of Computing and ICT Research*, 6(1), 31–43.
- Mazuanda, D. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DISTRO VEARST JEANS BANDUNG (Survey pada pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung)*.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Munawwaroh. (2012). *Panduan memahami Metodologi Penelitian*. Intimedia.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nugroho, W., & Soliha, E. (2018). E-Banking, Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Bank Sinarmas KCP Sultan Agung Semarang). *Bisnis Dan Ekonomi*, 25(2), 104–111.
- Onar, S. C., Aktas, E., & Topcu, Y. I. (2010). A multi-criteria evaluation of factors affecting internet banking in Turkey. *Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems*, 634, 235–246. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04045-0_20
- Ong, C. S., & Lin, Y. L. (2015). Security, risk, and trust in individuals' internet banking adoption: An integrated model. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 6(2), 343–356. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1428>

- Permatasari, C. D. W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Media Sosial Instagram. *Manajerial*, 4(1), 91. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v4i1.310>
- R. Irman Hariman. (2018). PENYUSUNAN KEBIJAKAN KEAMANAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA TRANSAKSI ELECTRONIC BANKING PERBANKAN UMUM BERDASARKAN PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 9/15/PBI/2007 DENGAN MENGGUNAKAN MATRIKS COBIT 4.1 DAN ISO/IEC 27000. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2017). Komunikasi Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Aspikom*, 3(2), 285–295. <https://doi.org/ISSN 2087-0442>
- Raharjo, B. (2015). *Pemrograman WEB (HTML, PHP, & MySQL)* (edisi 3). Modula.
- Rahmandani, F., Tinus, A., & Ibrahim, M. M. (2018). Analisis Dampak Penggunaan Gadget (Smartphone) Terhadap Kepribadian Dan Karakter (Kekar) Peserta Didik Di Sma Negeri 9 Malang. *Jurnal Civic Hukum*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.22219/jch.v3i1.7726>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.100>
- 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. <https://doi.org/10.20473/vol4iss20176pp478-492>
- Raman, Arasu, V. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System*.
- Raymond Mcleod, G. P. schell. (2008). *Sistem Informasi Manajemen* (N. Setyaningsih (ed.); 10th ed.). Salemba Empat.
- Riza, A., & Hakim, L. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. 5(1), 19–30. <https://doi.org/ISSN: 2579-7972; E-ISSN: 2549-6204>

- Rizal, Evy Maharani, E. (2020). *ANALISIS MOTIVASI EKSTRINSIK PETANI DALAM MENABUNG DI BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) UNIT UKUI KECAMATAN UKUI KABUPATEN PELALAWAN*. 13(August), 15–21. <https://doi.org/ISSN 2355-6838>
- Rizal, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Dan Teknologi (EMT)*, 1(2), 68–78.
- Roca, J. C., García, J. J., & de la Vega, J. J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in online trading systems. *Information Management and Computer Security*, 17(2), 96–113. <https://doi.org/10.1108/09685220910963983>
- Rofiah, C. (2021). *Strategi Optimalisasi Corporate Social Responsibility* (R. Aqli (ed.); Pertama). CV Literasi Nusantara Abadi.
- Rubiah, abu bakar, Aziz, N. A., Muhammad, A., & Muda, M. (2017). Perceived Ease of Use, Security and Privacy of Mobile Banking. *International Journal of Business and Social Research*, 2(1), 56–62.
- Rustianawati, M., & Hakim, L. (2017). *PENGARUH PRODUK SYARI ' AH DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) Tbk . KANTOR CABANG PEMBANTU SYARI ' AH PROBOLINGGO*. 5, 33–46.
- Sahrin, Emi Qomariyah, A. F. (2021). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Q. Media (ed.)). CV Penerbit Qiara media.
- Sawtani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online, Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan* (D. K. Sawtani (ed.)). Scopindo media pustaka.
- Sihombing, M. A. A. F. A. dan S. O. (2020). MENGUJI ANTESEDEN EKUITAS MEREK: STUDI EMPIRIS PADA MOBILE BANKING BCA. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Silvia, A., Hamid, D., & Surabaya, U. N. (2019). DETERMINAN KEPUTUSAN MENABUNG PADA NASABAH BANK MANDIRI (PERSERO) TBK DI KOTA KEDIRI Yuyun Isbanah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1077–1086. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/29841>
- Slamet Riyanto, A. A. H. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif*. DEEPUBLISH.
- Sudarso, lili suryati dan andriasan. (2016). *Metodologi penelitian* (edisi 1). DEEPUBLISH.

- Sudarti, K., & Putri, I. F. A. (2016). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 27(1), 59–67.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian* (edisi 1). PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiarti, N. (2015). Pengaruh Persepsi Tentang Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(9), 249016.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Administratif* (Edisi Revi). ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (Apri Nuryanto (ed.)). ALFABETA.
- Sulaksono, H. (2016). *Pengambilan keputusan dan kepemimpinan*. DEEPUBLISH.
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap. *Jurnal Economia*, 10, 141–147.
- Sumiyati. (2017). PENGARUH SUMBERDANA DEPOSITO DAN GIRO TERHADAP TINGKAT KESEHATAN BANK (Studi Kasus Pada PT. Bank XYZ). *Jurnal Sains Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Sobirin Malian (ed.)). UII Press Yogyakarta.
- Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif* (Pertama). PRENADAMEDIA GROUP.
- Suryawardana, E., & Yani, T. E. (2017). Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(2), 258. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i2.490>
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi* (I. Nastiti (ed.)). CV Andi Offset.
- Syaima, U. dan N. (2018). MEREK, REPUTASI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN DI BANK JABAR SYARIAH KCP.CIPUTAT. *Jurnal Liquidity*.
- Syamsul Hadi. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (edisi 1). EKONISIA.
- Tangmanee, C., & Sritadawut, N. (2021). Effects of Perceived Risk And Bank Reputation Through Online Trust On The Use Of Internet Banking Services.

International Journal of Electronic Commerce Studies, 12(2), 229–244.
<https://doi.org/10.7903/ijecs.1927>

Taufiq, A., Abdillah, G., & Renaldi, F. (2016). Sistem Informasi Terintegrasi Pada Proses Pendaftaran Dan Menabung Di Bank Sampah Induk Cimahi Berbasis Mobile. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(3), 393–403.
<https://doi.org/10.28932/jutisi.v2i3.527>

Tjiptono, F. (2019). *PEMASARAN JASA* (A. Diana (ed.); Edisi terb). ANDI.

Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Negeri Minat Mahasiswa Politeknik Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.

Umiyati, N. syaima. (2019). *Merek, Reputasi, Kualitas pelayanan dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di bank jabar syariah kcp. Ciputat*. 7(January 2018). <https://doi.org/ISSN : 2615-4846, P-ISSN : 1829-5150>

Wahyuningsih, A., Surwanti, A., & Pribadi, F. (2020). Minat Penggunaan Elektronik Banking Bank Swasta di Yogyakarta. *Jurnal Ultima Management*, 11(2), 133–148.

Wardayati, S. M. (2011). Implikasi Shariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah. *Walisono: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.21580/ws.2011.19.1.210>

Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. In *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen* (Vol. 10, Issue 2, pp. 273–284). <https://doi.org/10.19166/derema.v10i2.164>

Warpindyastuti, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(1), 91–95.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/2971/2039>

Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian populer dan praktis* (edisi 1). PT RajaGrafindo Persada.

Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2).

<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

Yusnitasari, I. (2020). *Keamanan data dan Informasi* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan kita menulis.

