

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E - commerce*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (ed.)). Alfabeta, Bandung.

JURNAL

- Ajzen, I. (2020). The *Theory of Planned Behavior*: frequently asked questions. *Theoretical Article*, 314–324.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/hbe2.195>
- Akib, A., & Wiranto, W. (2023). Peran *Electronic Word of Mouth* dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap keputusan pembelian produk amanah. *Journal of Economics and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 45–58.
- Alexandra, N. M., & Rakhmawati, A. (2025). Implikasi Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 13–26. <https://doi.org/10.53682/mk.v6i1.10981>
- Aulia, L., Wicaksono, T., & Azzahraty. (2023). Peran Brand Ambassador Twice Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Di Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 387–400.
<https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.805>
- Durman, P., & Musdholifah, M. (2020). Pengaruh *perceived usefulness, perceived ease of use, dan Subjective Norm* terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 987–1002.
- Haliza, & Setyawan. (2025). *Electronic Word of Mouth* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Dan Manajemen Digital*, 4(1), 112–125.
- Janah, N., & Dewi, R. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 245–258.

- Kadang, F., & Berlianto, M. P. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth characteristics* pada *repurchase Intention* melalui *trust* dan *perceived usefulness*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 9(2), 112–125.
- Harsanto, & Susanti. (2024). Transformasi Digital Banking dan Dampaknya Terhadap Efisiensi Operasional Bank. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 12(2), 89–102.
- Huwaida, N., Putri, A. R., & Sari, N. (2024). Analisis kepuasan nasabah perbankan digital menggunakan metode nilai jenjang interval. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 45–58.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2019). The Effect of *Electronic Word of Mouth* Communications on *Intention to Buy*: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Komara, & Utami. (2023). The Effect of Customer Satisfaction, E-Word of Mouth, and Initial *Trust* on *Living's Mobile Banking* Adoption Interest. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 45–59. <https://jurnal.ibnkhaldun.ac.id>
- Kurniawan, A., & Rahayu, S. (2021). Transformasi digital dalam sektor perbankan di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(2), 78–92.
- Mahmudah. (2020). *Jurnal Mobile Banking* Studi Kasus Bri Kc Semarang. 6(2), 419-441.
- Melati. (2025). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Promosi, dan Keamanan Aplikasi terhadap Minat Pengguna Bank Digital [UIN Raden Intan Lampung]. <https://repository.radenintan.ac.id>
- Muhammad, A. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth* (EWOM) Dan *lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111-122.
- Musnaini et al (2021). Manajemen Pemasaran Bank: Konsep dan Implementasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 45- 58.
- Nafis, A. (2021). Inovasi, kepercayaan, dan *Electronic Word of Mouth* untuk mendorong minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 89-102.
- Natalia, D., & Tesniwati, I. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 9(1), 34–47.
- Ningrum, C. I., Sujianto, A. E., & Faizin, M. A. (2023). Transformasi digital dalam sistem informasi perbankan dan keputusan transaksi di bank syariah: Kasus di

- Indonesia. *Jurnal PETA*, 8(2), 172-187.
- Ningrum, P. A., Sari, R. N., & Wulandari, D. (2023). Perkembangan *Mobile Banking* dan perubahan gaya hidup masyarakat digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Digital*, 5(2), 112-125.
- Putri, Y. M., Rahman, A., & Hidayati, K. (2021). Analisis Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas, Dan Rasio Solvabilitas, Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equity: Jurnal Akuntansi*, 2(1), 14-26. <https://doi.org/10.46821/equity.v2i1.198>
- Pambudi, B. (2022). Pengukuran Skala E-WOM pada Layanan Digital Banking. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1), 33-47.
- Rahmayanti, S., & Ilhami, F. (2023). Pengaruh Peningkatan Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 13(1), 126-134. <https://doi.org/10.37859/jae.v13i1.4746>
- Ridha, A., Windarsari, W. R., Anastasya, L., & Yuliana, L. (2025). Analisis Faktor Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT Bank Negara Indonesia di Makassar. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(5), 1108-1117. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v3i5.179>
- Rosario, B., Brannan, & Babin. (2020). Word-of-Mouth in the Digital Age: A Comprehensive Review. *Journal of Interactive Marketing*, 52(3), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.002>
- Rusydi Fauzan, Wishanesta, I. K. D., Ruswaji, Nasution, T., Damanik, D., Wahyuarini, T., Faliza, N., Sudirjo, F., Manan, M. A., & Sofyanty, D. (2023). Manajemen Perbankan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952. (Issue July).
- Safitriani, A., & Auliya, Z. F. (2023). Pengaruh Kredibilitas, Kualitas, Dan Kuantitas Ewom Terhadap Niat Beli. *Efektif: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 14(1 Juni), 40-57.
- Sari, R. D., & Putri, A. (2025). Pengaruh E-WOM dan *brand image* terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 55-68.
- Shabri, M. (2022). *Electronic banking* dan transformasi layanan perbankan di era digital. *Jurnal*
- Solihin, D., & Ahyani. (2022). *The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Social Media on Purchase Intention*. *Majalah Ilmiah Bijak*, 19(2), 193-205.

<https://doi.org/10.46806/jm.v13i2.1175>

Subhekti, I. N. I. (2023). Pengaruh *Facilitating Conditions*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Cyber Crime* terhadap Minat Masyarakat untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI Mobile). Repository UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto., 1–189.

Wijaya, K. A. W., & Gayatri, G. (2025). *Study of the Influence of Electronic Word of Mouth (eWOM) and Perception of Government Support on Interest and Motivation for Mobile Banking Adoption to Increase Financial Inclusion in Indonesia*. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 5(9), 11330–11348. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i9.51210>

Yuniawan, D., Efendy, M., & Shohiha, A. (2021). Meningkatkan E-WOM dan komitmen produk *Mobile Banking* melalui pemasaran media sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 145–158.

PERATURAN DAN LAPORAN RESMI

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2023–2024. APJII

BPS (Badan Pusat Statistik). (2020). Statistik Indonesia 2020. *Badan Pusat Statistik*.

OJK Nomor 21 Tahun 2023 Tentang Layanan Digital Oleh Bank Umum. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–33.
[https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Layanan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK 21 Tahun 2023. Layanan Digital ole Bank Umum.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Layanan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK%20Tahun%2023.Layanan%20Digital%20ole%20Bank%20Umum.pdf)

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3/POJK.04/2021. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 71, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6663*, 163, 66.