

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I., Riko, M. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko On Line Buka Lapak*
- Andika, F., Indrawati. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA di Kota Bandung*
- Abi, F., Rizki Y. (2018). *Pengaruh Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Menggunakan Mobile Banking*
- Anita, T. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia*
- Anton, T. K. (2013). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality terhadap E-Satisfaction Serta Implikasinya Pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia*
- Anton, T. K. (2014). *Keterkaitan E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Maskapai Penerbangan Air Asia Dengan Menggunakan Structural Equation Modeling*
- Ario, A. A., Tjahjono, D. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.Co.Id*
- Asadpoor, A. A. (2017). *Of Electronic Service Quality On Customer Satisfaction and Loyalty Saderat Bank's Customers Saeedeh*
- Devvy, P. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking Dengan Dimediasi Penggunaan Mobile Banking Nasabah Bank BCA Di Surabaya.*
- Dedeh, S. (2018) *Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sector Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek*
- Edwar. (2015). *Mobile Banking Berbasis Android Untuk Mendukung E-Commerce*
- Erni, K., Meisita, Soeharto., Dan Heru, P. (2012). *the Effect Of E-Service Quality Toward Behavioral Intentions With E-Satisfaction As A Mediating Variable:Case Study On Online Shop's Counsumers In Central Java And Yogyakarta*

- Helvinasari, N., Amrin, A., Endang, S. R. (2019). *The Effect Of E-Service Quality On E-Loyalty Through E-Satisfaction On Students Of Ovo Application Users At The Faculty Of Economics And Business, University Of North Sumatra, Indonesia*
- Hendra, E., Dan Beby. (2018). *The Effect of E-Service Quality And E-Recovery Service Quality On E-Loyalty Through E-Satisfaction, On E-Commerce In Indonesia*
- I Gusti, N. W. A., & Nyoman, S. S. (2017). *Effect of E-Service Quality and Recovery Service Quality Mobile Banking Services to E-Trust, Esatisfaction and E-Loyalty Mobile Banking Users of Local Bank Customer In Bali, Indonesia*
- Imam, S. (2018) *Klasifikasi Atribut Pelayanan Mobile Banking Dengan Kano Model Berdasarkan Dimensi E-Servqual*
- Haliru, M., Garba, I. (2015). *Antecedents of E-Service, Quality, Perceived Value and Moderating Effect of E-Satisfaction With E-Loyalty In Airline Industries*
- Margaretha, P., B. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek.*
- May Fanny., Dodie, T., (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur)*
- Mega, D. P., Imam. S., Zainul, A. (2017). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trus Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap E-customer Loyalty (Studi Pada Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang)*
- Mutia, S., Mahadzirah, M. N., Azman, M. A. (2015). *E-Commerce Service Quality On Customer Satisfaction, Belief and Loyalty: A Proposal*
- Narimawati, U., Anggadini, S, D., & Ismawati, L. (2010) *Penulisan Karya Ilmiah*
- Narimawati, U. 2008 *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi.* Bandung
- Prapti, D. (2013). *Hubungan E-Bank Dalam Meningkatkan Citra Produk Tabungan Dan Kartu Bni Syariah*
- Putri, R. Dan Syafruddin, C. (2019). *Pengaruh Service Quality Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Di Kota Banda Aceh*

- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z., (2012). *Factors Influencing on Customers' ESatisfaction: A case Study from Iran, Journal of contemporary research business, vol. 3 (9)*.
- Rami, M. (2017). *The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty On Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust*
- Riski, T. H., Dan Eristy, M. U. (2017). *E-Service Quality and E-Recovery Service Quality On E-Satisfaction Lazada.Com*
- Saba, L., Bilal, M., Anam, S. (2016). *Modelling The Impact of Service Quality, E-Service Quality and Service Recovery On Customer Satisfaction and Loyalty: Application of Structural Equation Modelling Approach On Lahore And Gujranwala (Pakistan)*
- Saiful, R., Sutopo. (2017). *analisis Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap E-loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lazada Indonesia)*
- Sakina, M. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking MANDIRI Di Surabaya.*
- Saeed, B., Mohammad, Nahic., Dr. Siti Norezam Othaman. (2012). *Interrelation Between E-Service Quality And E-Satisfaction And Loyalty*
- Sinem, Y. C., Aysen, T. E. (2013). *E-Service Quality Factors That Web Sites Should Have In Creating Electronic Customer Satisfaction: A Research On Online (Clothing) Shopping Sites*
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD.* Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi.* Bandung Jawa Barat: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Syamsul, H., Novi. (2013). *Farktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*

Trustorini H. dan Thessya. (2013) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mq Guest House Bandung.*

Vijayanand, S. (2017). *Impact Of E-Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Empirical Study In India Online Business.*

Yudi, W. (2015) *Pengaruh Minat Individu Terhadap Menggunakan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB)*

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2009), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 5th edition*, New York: McGraw-Hill.

[bisnis.tempo.co](http://bisnis.tempo.co)

[Carisinyal.com](http://Carisinyal.com)

[Databoks.katada.co.id](http://Databoks.katada.co.id)

[Iprice.co.id](http://Iprice.co.id)

[Jawapos.com](http://Jawapos.com)

[Mediakonsumen.com](http://Mediakonsumen.com)