

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen (Edisi Keli)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2010). *Manajemen Bisnis Syariah*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Kotler, phillip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 12 Jilid 1. PT. Erlangga. Jakarta. Kotler, P dan Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. PT. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, Edisi ke 14. Jakarta: Erlangga
- Laudon, Traver, E-Commere. (2011). *Bussines. Teknology. Society (seventh edition)*, Person Education Limited, Edinbuhrgh Gate Harlow, England.
- Lee, K.C., and Chung, N. (2012) *Understanding factors affecting trust in and satisfication with mobile banking in Korea: a modified DeLone and McLean's model perspective*, *Interacting with Computers*. Vol. 21. No. 5/6, 385-92.
- Masitoh, Martina Rahmawati, Hermansyah dkk. (2018). *Pengaruh Kualitas*

Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online Tokopedia. (Online) Vol. 8, No. 1 (<http://ejurnal.lppmunsera.org/>)

McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. (2012). Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*. Vol. 13, p334-359.

Muammar Arafat Yusmad. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta: Deepublish).

Ningrum, P. K. (2014). *Pengaruh Kualitas Jasa, Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Makassar*. [Skripsi]. Makassar (ID): Universitas Hasanuddin.

Nila Sari, Eswika. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*.

Novinda, Galuh and Sutopo. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Website Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Niat Pembeli Kembali (Studi pada toko online Blibli.com)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. (Online) Vol. 6, No. 4 (<http://eprints.undip.ac.id/>)

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Priansa, Doni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Stefanus, T. (2018). *Analisa kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan*

Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya Jurnal Manajemen  
Fakultas Ekonomi. (Vol 14 No 2)

Sugiyono. (2014). Memahami Penelitian Kuantitatif. Alfabeta. Bandung.

Tatik Suryani. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu

Tjiptono, Fandy. Ph. D. (2012). Service Management Mewujudkan Layanan Prima.  
CV Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Ph. D. Fandy. (2014). Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian.  
Andi. Yogyakarta

Vinna Sri Yuniarti. (2015). Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik. Bandung:  
Pustaka Setia.

Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking)  
terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. Jurnal Manajemen.

# LAMPIRAN

**Lampiran I**  
**Biodata**

**Informasi Pribadi**

Nama Lengkap :  
Tempat, Tanggal Lahir :  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat Rumah :  
No. Handphone :  
Email : @gmail.com

**Latar Belakang Pendidikan**

2007 -2013 : SD  
2013 -2016 : SMP  
2016 -2019 : SMA

Makassar, 17 Mei 2023

Nurul Aulia Mustamin

## Lampiran II

### Kuesioner Penelitian

#### PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING BANK BRI DI KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN

Nama Responden :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :  
Alamat/No.Tlp :

Sebelum mengisi kuesioner berikut, harap memperhatikan keterangan dibawah ini, untuk mempermudah pengisian kuesioner tersebut. Diberi centang pada angka apabila:

- a. 5 = Sangat Setuju (SS)
- b. 4 = Setuju (S)
- c. 3 = Ragu-ragu (RR)
- d. 2 = Tidak Setuju (TS)
- e. 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Alasan
1.	Kualitas Pelayanan (X1): 1. Tangibles:  Bank BRI memiliki fasilitas yang baik dalam menunjang kelancaran pelayanannya terhadap nasabah, termasuk <i>tools</i> dalam penggunaan M-Banking. 2. Reliability:  Bank BRI memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, termasuk pada M-Banking 3. Responsivenss:  Bank BRI sangat responsive dan komunikatif dalam menjawab pertanyaan maupun keluhan nasabah						

	<p>terkait produk M-Banking Bank BRI</p> <p>4. Assurance:</p> <p>Bank BRI memiliki pelayanan dan informasi yang dapat dipercaya dan jelas, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan M-Banking</p> <p>5. Empathy</p> <p>Bank BRI sangat memperhatikan komunikasi yang telah terjalin dengan nasabah untuk memenuhi kebutuhan mereka</p>						
2.	<p>Kepercayaan (X2)</p> <p>1. Kejujuran:</p> <p>Produk M-Banking Bank BRI sesuai dengan iklan maupun penjelasan yang telah dijelaskan oleh pihak Bank BRI</p> <p>2. Kompetensi:</p> <p>Setiap karyawan menjalankan tugasnya secara professional.</p> <p>3. Informasi:</p> <p>Bank BRI selalu memberikan informasi yang memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan M-Banking</p>						
3.	<p>M-Banking (X3):</p> <p>1. Mudah:</p> <p>Pelayanan pada M-Banking BRI mempermudah nasabah dalam melakukan proses transaksi</p> <p>2. Praktis:</p> <p>Penggunaan M-Banking BRI begitu praktis untuk digunakan oleh nasabah</p> <p>3. Aman:</p> <p>M-Banking BRI sangat menjaga privasi pengguna</p> <p>4. Penggunaan yang bersahabat:</p> <p>M-Banking BRI mudah untuk digunakan oleh nasabah</p> <p>5. Nyaman:</p> <p>Proses transaksi pada M-Banking BRI nyaman untuk digunakan nasabah baik dikarenakan fitur maupun penampilan yang ada didalamnya.</p>						
4.	<p>Kepuasan Nasabah (Y):</p> <p>1. Directly Reported Satisfaction:</p>						

	<p>Nasabah merasa puas dalam menggunakan layanan M-Banking Bank BRI</p> <p>2. Problem Analysis Responden:</p> <p>Bank BRI mampu mengatasi permasalahan yang ada pada nasabah dalam menggunakan layanan M-Banking</p> <p>3. Performance Ratings:</p> <p>Performa Bank BRI dalam membantu nasabah sangat baik</p>						
--	---	--	--	--	--	--	--