

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, Azizah, wahyuni (2024). Peran kepuasan dalam memediasi pengaruh e-*Word of Mouth* dan kualitas layanan financial technology terhadap loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10, 2. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/13700>
- Alma, B. (2022). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Budaya, I., and Haryono, G., (2022). *Marketing communication for colleges through the word-of-mouth method*. International Journal of Artificial Intelligence Research, 6(1). <http://repository.stie-sak-ac.id/id/eprint/2025>
- Burhanudin, B. (2022). Examining the effect of service value and reputation on customer loyalty with trust and electronic *Word of Mouth* as mediation. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 20(4), 589-604. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/2733>
- Dharsono, A., & M, Z. A. (2022). The effect of *Digital Banking* service quality on customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7, 1. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/20315>.
- Efdison, Z., Yelnim, Y., Yadewani, D., Harahap, E. F., & Nurmadi, A. (2023). Pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap kepuasan konsumen Penginapan Citra Alam 2 Kota Sungai Penuh. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 95-106. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.6050>
- F, Hair J and C, Black W (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson Education.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Universitas Diponegoro.
- Hadi, S., M, S. Mahrinasari., & Roslina, R. (2025). The effect of digital service quality on e-satisfaction and e-loyalty in Islamic banking. *International Journal of Business and Technology Studies Review*, 4, 1. <https://ijbtsr.org/index.php/IJBTSR/article/view/133>.

- Haider, A., Khan, M. A., Khoja, M., & Alharthi, S. (2024). The role of e-banking, mobile-banking, and e-wallet with response to e-payment and customer trust as a mediating factor using a structural equation modelling approach. *ResearchGate Preprint*, 1-22. <https://www.researchgate.net/publication/383790601>
- Haryono, G. (2017). Pengaruh kepuasan atas bauran pemasaran terhadap loyalitas pengunjung pada Taman Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 2(3), 169-178.
- Hasan, A. (2020). *Word of Mouth marketing dalam era digital*. Deepublish.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2020). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2020). *Pemasaran modern di era digital*. Mitra Wacana Media.
- Hidayati, N., & Rafiq, M. (2025). *Word of Mouth* dan kepercayaan sebagai determinan loyalitas dan kepuasan nasabah pada BSI cabang malang. In *El-Qudwah Journal* (pp. 33–40).
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh *Word of Mouth* dan manfaat terhadap keputusan menggunakan e-wallet Dana melalui kepercayaan pelanggan di Jabodetabek. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424-436. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/194>
- Indriawati, A., & Susilo, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, komitmen, citra perusahaan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara. *Jurnal Mutawasithah*, 5, 1. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/mut/article/view/2639>.
- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2024). *Data Kependudukan Semester I 2024*. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Diakses dari <https://e-database.kemendagri.go.id/>
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh fasilitas layanan internet banking dan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank syariah indonesia kantor cabang tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3, 2. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>.
- Kotler, P., & L. Keller K. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Kumalasari, A., Wibowo, T., & Fitria, D. (2022). Pengaruh kualitas layanan *Digital Banking* terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah. *Jurnal Administrare*, 9, 1. <https://ojs.unm.ac.id/administrare/article/view/33951>.

Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh lokasi, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>

Liantifa, M., & Permaisuri, N. A. (2025). Customer Attitude Sebagai Pemoderasi Korean Wave, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Ulang Skincare Scarlett. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 396-407.

Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.

M, Tiana. I., & Prihatiningrum, R. R. Y. (2019). Pengaruh benefits offered aplikasi mobile banking terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan, loyalitas, dan positive *Word of Mouth* (WOM). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Ekonomi (JABE)*, 5, 2. <https://www.journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/4184>.

Melati, Jean. V. D., & I, Fasa. M. (2025). Pengaruh penggunaan mobile banking (m-banking) terhadap tingkat kepuasan nasabah pada generasi milenial yang menjadi nasabah di bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 4, 1. <https://jkesmas.stai-dq.org/index.php/home/article/view/90>

Munawaroh, E., & Setiawan, R. (2023). *Pengaruh Digital Banking dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di era transformasi digital* (pp. 80–87).

N, Cahyo. E., Sutioningsih, S., & N, Dewi. S. (2024). Peran nilai nasabah, citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap *Word of Mouth*. *PROBANK Journal*, 9, 1. <https://doi.org/10.36587/probank.v9i1.1745>.

Nurhayani, N., Kamilah, K., & Bi. (2023). Pengaruh penggunaan *Digital Banking* sebagai layanan transaksi online terhadap kepuasan nasabah bank BSI syariah kabupaten langkat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8, 1. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.10519>.

- Prawirosentono, S. (2020). *Manajemen sumber daya manusia: Kebijakan kinerja karyawan*. BPFE.
- Rahmawati, N. (2022). *Pengaruh Digital Banking terhadap kepuasan nasabah bank syariah di indonesia*. UIN Sunan Kalijaga Press.
- Ridwan. (2012). *Dasar-dasar statistika*. Alfabeta.
- Salehnia, M., Saki, M., & Eshaghi, A. (2014). A model of e-loyalty and word-of-mouth based on e-trust in e-banking services (Case study: Mellat Bank). *2014 IEEE Conference on e-Learning, e-Management and e-Services (IC3e)*, 5–8. IEEE Xplore. <https://ieeexplore.ieee.org/document/7081222>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Salemba Empat.
- Setiagraha, D., P, Sakti. I., & H, Batin. M. (2023). Pengaruh layanan digital mobile banking dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4, 1. <https://djournals.com/arbitrase/article/view/1029>.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharjo, D., Saidani, B., & Febrilia, A. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi *Word of Mouth* pada nasabah bank syariah di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 5, 3. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/download/30668/13660>
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179-190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Sutrisno, E. (2021). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Swastha, B., & Irawan. (2020). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- W, Aastuti. Y., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh kualitas layanan,

nilai nasabah, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 19, 3. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>

W, Argantara. F., & Choiri, M. (2023). Pengaruh self-service technology terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9, 2. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/1052>.

Waliullah, M., M, S. K., & Rahman, A. (2025). *Cybersecurity risk and trust in Digital Banking adoption: Evidence from Islamic banks*. <https://arxiv.org/abs/2503.22710>

Yusniar, R., & Bahri, S. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 13, 2. <https://ojs.unimal.ac.id/jmi/article/view/16557>.

Yusuf, A., & Wahyuningsih, E. (2024). Peran kepercayaan dalam membangun loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Finansial Dan Bisnis*, 6, 1. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/36293>.

