

DAFTAR PUSTAKA

- Aripin, L., & Dewi, S. N. (2023). Peran Personal Selling, Respon Nasabah serta Minat Nasabah dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Dalam Mengaktifkan Aplikasi Brimo Mobile Banking Melalui Kepuasan (Studi Pada Pt. Bri Unit Slogohimo 1 Cabang Wonogiri). *ProBank*, 8(2), 269-287.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Fuadi, A. (2022). Pengaruh Pemberian Hadiah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat. *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 77-85.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, T. M. (2020). Pengaruh Relationship Marketing, kualitas produk internet banking serta kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada bank bri unit medan sunggal. *Jurnal ilmiah maksitek*, 5(4), 105-119.
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan serta Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo): The Effect Of Service Quality And Internet Banking User Satisfaction On Customer
- Judijanto, L., Putri, P. A. N., Syamsuri, S., Dewantara, B., & Alfiana, A. (2024). Dampak Inovasi Finansial Teknologi (Fintech) Terhadap Model Bisnis Perbankan serta Keuangan Tradisional. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 1020- 1025.
- Kamarudin, J., Nursiah, N., & Novianti, M. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 11-18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Lady, L., & Selvia, M. (2021). Pengaruh Pengalaman Nasabah terhadap Loyalitas

- Nasabah Perbankan Kota Batam Melalui Saluran Transaksi Luring-Daring. *Jesya (Jurnal Ekonomi serta Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1202-1214.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, serta Aplikasi SmartPLS 3.0* guna riset Empiris. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Loyalty Of Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1), 66-75.
- Makmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Pendidikan, Hukum, serta Bisnis*, 5(1), 37-44.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan serta Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14-34.
- Masitoh, N., Rosidah, E., & Kurniawati, A. (2023). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. *BanKu: Jurnal Perbankan serta Keuangan*, 4(1), 11-16.
- Muslim, Taufik, E. R., & Lutfi. (2020). Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang). *SAINS: Jurnal Manajemen serta Bisnis*, 12(2).
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Taktik Pemasaran guna Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis serta Kewirausahaan*, 9(2), 32-41.
- Novi, & Hadi, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi serta Pembangunan*, 5(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Nurmala, E., Maslichah, H., & Cholid Mawardi, M. (2022). Taktik Digital Marketing Dalam Peningkatan Nasabah Di Bank Muamalat Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Muamalat Kota Malang Saat Pandemi Covid-19). *Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2).

- Pratiwi, L. H., & Ellyawati, J. (2023). Layanan M-Banking serta Pengaruhnya Pada Kepuasan dan Loyalitas: Studi Empiris Bank BNI. *Modus*, 35(2), 212-226.
- Pratomo, L. A., & Indriyani, S. (2022). Taktik Pemasaran Aplikasi M-Banking Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Bank BRI Kunit Sidomulyo Lampung Selatan. *Jurnal Manajemen serta Bisnis (JMB)*, 3(02).
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi promosi yang kreatif serta analisis kasus: Integrated marketing communication*. PT Gramedia Pustaka.
- Rosid, A. A., Mulyana, D., & Komaludin, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan BRIMO, Bauran Promosi serta Tingkat Persaingan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey Pada Nasabah Pengguna BRIMO BRI Kantor Cabang Tasikmalaya). *JOURNAL INTELEKTUAL*, 2(1), 38–47. <https://ejournal.stieppi.ac.id/index.php/jin/38>
- Sugiyono. (2017). *Metode riset Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, serta Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan (Edisi 1)*. Andi.
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Taktik Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 237-248.
- Warsito, W. S. (2018). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadaya Cabang Dago Bandung. *Widya Cipta Jurnal Sekertari Manajemen*, 2(2).