

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, N., Andriani, H., Fardani, R., Utami, E., Sukmana, D., dan Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- BNI.co.id (2022, 04 Juli). Digital Banking Unggul, BNI Raih Penghargaan The 1st Overall E-Banking Terbaik 2022. Diakses pada 19 Agustus 2023, dari <https://www.bni.co.id/id-id/beranda/kabar-bni/berita/articleid/21269>
- Els, Dries & Bisschoff, Christo. (2023). A post-COVID model to measure brand loyalty of banking clients. *Banks and Bank Systems*. 18. 24-37. 10.21511/bbs.18(2).2023.03
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (PLanning & Strategy)*, Pasuruan: Qiara Media
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*, Kendal: UNDIP Press
- Handayani, T. (2022). Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Muamalat Digital Islamic Network di Kota Madiun. *Islamic Economics and Business Review*, 1(2), 184-198.
- Idntimes.com. (2022,01 Juli). BNI Kembali Meraih Penghargaan Digital Banking. Diakses pada 19 Agustus 2023, dari <https://www.idntimes.com/business/economy/bni/bni-penghargaan-digital-banking-csc>
- Karim, K., Ilyas, G.B., Umar, Z.A., Tajibu, M.J. and Junaidi, J. (2022), "Consumers' awareness and loyalty in Indonesia banking sector: does emotional bonding effect matters?", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2022-0092>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*, England: Pearson
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2013). *Dasar-dasar Perbankan Kelas X Jilid 1*

Indira Dwijayanti, 2024

PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY NASABAH BNI TAPLUS

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

- Kotler, P., and Keller, K. (2006). *Marketing Management*, New Jersey: Pearson
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Grha Ilmu
- Merdeka.com. (2017). BNI, Bank pencipta uang Indonesia. Diakses pada 20 Agustus 2023, dari <https://www.merdeka.com/uang/bni-bank-pencipta-mata-uang-indonesia-sejarah-perbankan-di-indonesia.html>
- Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 4(1), 54-54.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT Grasindo, Anggota Ikapi
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35-39.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., Aji, R. H. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Tangerang: Media Edu Pustaka
- Rachman, G. A., Naimah, R. J., & Haryanto, R. (2023). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Nasabah Bank Kalsel Banjarmasin. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 10-18.
- Rahman, M., Muhalling, R., Elfinasari, E., & Hakim, M. R. (2022). Pengaruh Service Quality, Brand Image, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bsi Cabang Kendari. *Jasie*, 1(2).
- Rifa'i, K (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*,
- Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Influence Of Brand Image, Promotion And Trust On Customer Loyalty At Bank BSI Nagoya Batam Branch. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2385-2392.
- Rizki putra Muhammad, D., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2022). Pengaruh Brand Experience Dan Affective Commitment Terhadap Brand Loyalty (Studi Pada

Indira Dwijayanti, 2024

PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY NASABAH BNI TAPLUS

UPN "Veteran" Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

- Nasabah Bank BTPN Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1847-1856.
- Sarmad, I.; Ali, R. (2023): How does customer advocacy influence brand loyalty? A serial mediation of brand relationship quality and brand trust, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, ISSN 2309-8619, Johar Education Society, Pakistan (JESPK), Lahore, Vol. 17, Iss. 1, pp. 191-213
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta
- Suryani, dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. BANK CENTRAL ASIA Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69-84.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: ANDI
- Triandewo, M. A., & YUSTINE, Y. (2020). Pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan pada loyalitas konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13-24.
- Umbas, K. & Riska, N. (2019). "Examining the Relationships between Service Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty for an Indonesian Bank," *Expert Journal of Business and Management, Sprint Investify*, vol. 7(1), pages 31-35.
- Wijayanti, T. (2022). *Marketing Plan! Dalam Bisnis, 3rd Edition*, Jakarta: Kelompok Gramedia