

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. A. (2016). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang). *I-Economics*, 2(1), 1–18.
- Alwahdani, M. A., & Indayani, L. (2023). The Role Of Product Quality , Sevice Quality and Brand Image on Loyalty to Jenius Bank BTPN Users in Sidoarjo [Peran Kualitas Produk , Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pada Pengguna Jenius Bank BTPN di Sidoarjo]. *UMSIDA Preprints Server*, 1–12. <https://doi.org/10.21070/ups.2082>
- Anggraeni, R. (2022). *Beban Promosi Bank Digital BBYB hingga ARTO Menggunung, Siapa yang Paling Tinggi?* *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20220607/90/1540950/beban-promosi-bank-digital-bbyb-hingga-arto-menggunung-siapa-yang-paling-tinggi>
- Ascarya. (2017). *Akad dan Produk Bank Syariah* (Ed. 1). PT RajaGrafindo Persada.
- Aulia, F. (2020). *Transaksi Non Tunai Sebagai Gaya Hidup Baru Masyarakat Indonesia*. 1–12.
- Azizah, N., Andi, S., Ratih, B., & Ayu, I. (2021). The Infuence Of E-Service And The Received Risks, To E-Relationship Quality, E-Purchase Intention, And E-Loyalty Of Bank Jatim Customer Digital Repository Universitas Jember. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 9(2), 2347–3002. www.questjournals.org
- Basri, A. I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking. *Bisman (Bisnis & Manajemen): The Journal Of Business and Management*, 2, 1–18.
- Bastaman, A., & Dainy Sulistio, W. (2023). The effects of e-trust, e-service quality and e-wom to e-loyalty with e-satisfaction as an intervening variables of jenius app users in Jakarta. *Enrichment: Journal of Management*, 12(6), 5152–5160.
- Cupian, Valentino, U., & Annisa Noven, S. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>
- DJKN Kemenkeu. (2023). *Mengenal Revolusi 5.0*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-lahat/baca-artikel/16023/Mengenal->

Revolusi-Industri-50.html

- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Hadera, A. (2020). Factors Influencing Customers' Brand Loyalty in Ethiopia'S Banking Industry. *Ethiopian Journal of Business and Social Science*, 2(1), 89–112. <https://doi.org/10.59122/13462aa>
- Halnira, Auvi, & Susianto. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Kecamatan Medan Belawan Menabung Pada Bank Syariah. *Jurnal FEBI, Vol 1 No.*, 511–522.
- Haza Fatikah, B., & Albanna, H. (2022). The Influence of E-Servqual and E-Trust on E-Loyalty : The Role of E-Satisfaction as an Intervening on Islamic Mobile Banking Customer. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 119–130. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-08>
- Indonesia, B. (2021). *TINJAUAN KEBIJAKAN MONETER JANUARI 2021*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Tinjauan-Kebijakan-Moneter-Januari-2021.aspx>
- Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe, A. W. L. (2023). Analisis Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Sumut Unit Usaha Syariah Dengan Komitmen Keagamaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Bank Sumut Unit Usaha Syariah KCP Karya). *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(1,2), 1725–1740. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C> LUCINEIA CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees
- Istighfarnissa, N., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pembelian Tiket di Situs Traveloka). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 399–410. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34880>
- Iwan, & Saputra, A. (2020). The Influence of Brand Image And Promotion On The

- Purchase Decision Of Indocafe Products At Pt Prima Bintang Distributions. *Magisma: Scientific Journal of Economics and Business*, 8(2), 17–24.
- Jago, B. (2021). *Annual Report Bank Jago 2021*. https://assets.jago.com/web-assets/public/Annual_Report_Bank_Jago_2021.pdf
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955–5982.
- Karina, D. (2023). *Repotnya Nasabah Saat BSI Gangguan, Sampai Beralih Buka Rekening Bank Lain*. Kompas.Tv. <https://www.kompas.tv/ekonomi/405655/repotnya-nasabah-saat-bsi-gangguan-sampai-beralih-buka-rekening-bank-lain>
- Kuangan, O. J. (2023). *Statistik Perbankan Syariah*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Mei-2023.aspx>
- Kontan.co.id. (2023). *Menengok Kasus BSI dan Masalah Peretasan di Perbankan*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/menengok-kasus-bsi-dan-masalah-peretasan-di-perbankan>
- Kotler, Philip, & Gary, A. (2014). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Alih Bahasa Bob Sabron (Jilid 1)*. Erlangga.
- Latifah, I., & Dora, Y. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Promosi Terhadap Loyalitas Pengguna Bank Digital. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 2025–2030. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1751>
- Leonardo, V., Klise, V., Sari, W. N., Chairman, D., & Agung Anggor, M. (2021). The Influence of Service Quality, Price Promotion and Brand Image on Customer Loyalty. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(2), 1378–1383.
- Maku, Y. A. D. (2017). Penerapan Prinsip-Prinsip tentang Perbankan Syariah Hubungannya dengan Otoritas Jasa Keuangan. *Lex Crimen*, 6(1), 39–45. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexcrimen/article/view/15084/14648>
- Mariana, Y., & Aidil Fadli, J. (2022). Pengaruh E- Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction Terhadap E-Loyalitas Nasabah Perbankan Indonesia. *Jurnal*

- Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 186–200. <https://doi.org/10.58344/jmi.v1i1.21>
- Marsudi, A. S., & Widjaja, Y. (2019). Industri 4.0 dan Dampaknya Terhadap Financial Technology Serta Kesiapan Tenaga Kerja Di Indonesia. *Ikraith Ekonomika*, 2(2), 1–10.
- Masni, H. (2019). Analisis Penerapan Syariah Compliance Dalam Produk Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3 No 2(2), 118–137.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 230–255. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>
- Melaning, A., & Giantari, I. G. A. K. (2019). Technology acceptance application model on internet banking service in BRI Bank Denpasar Indonesia. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(4), 135–146. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n4.667>
- Melnychenko, S., Volosovych, S., & Baraniuk, Y. (2020). Dominant Ideas of Financial Technologies in Digital Banking. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(1), 92. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-1-92-99>
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Transformatif*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>
- Nurjannah, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. (2023). Pengaruh Syariah Compliance dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 148. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.7616>
- Nurkolisa, S., Subagio, N. A., & Munir, A. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG JEMBER. 1(37), 226–243.
- Nurlaini, N., Suyono, J., Elisabeth, D. R., & Bin Bonn, A. T. (2021). The Influence of Advertising, Sales Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty of

- Bank Jatim Indonesia. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 4(3), 262–272.
<https://doi.org/10.29138/ijeed.v4i3.1218>
- ojk.go.id. (2022). *TRANSFORMASI DIGITAL PERBANKAN: WUJUDKAN BANK DIGITAL*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>
- Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3423–3433.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>
- Oktaviani, A., & Rachmawati, L. (2019). Persepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah Dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 162–169.
- Pahlevi, R. (2022). *Survei: Bank Jago Jadi Aplikasi Bank Digital Paling Populer*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/survei-bank-jago-jadi-aplikasi-bank-digital-paling-populer>
- Pasal 29 ayat 4 UU No. 7 Tahun 1992, (1992).
- Purnamasari, I., & Darma, E. S. (2015). Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Accounting and Investment*, 16(01), 12–24.
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. A., & Kassim, S. H. (2023). The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers : Does e-satisfaction act as mediator? *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 9(2), 228–245.
<https://doi.org/10.20885/JEKI>
- Rumadan, R., Askandar, N. S., & Amin, M. (2018). PENGARUH IMPLEMENTASI SYARIAH GOVERNANCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Kasus Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Kota Malang). *E-JRA*, 07(01), 32–45.
- Saragih, M. G., & Astuti, D. (2021). Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 219–225.

<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i1.1123>

- Sari, P. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Layanan Perbankan Digital pada Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–14.
- Shafique, S., Ghafoor, A., Saman, M., & Ali, M. (2022). Image and Religious Satisfaction?: An Evidence from Islamic Banking. *The 2022 International Conference on Financial Technology and Business Analysis*, 0, 378–397. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/6/2022176>
- Shin, J. W., Cho, J. Y., & Lee, B. G. (2020). Customer perceptions of Korean digital and traditional banks. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 529–547. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0084>
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Siregar, I. N. (2022). Pengaruh Syariah Compliance, Promosi dan Teknologi Terhadap Reputasi Bank Syariah Indonesia dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 183–198. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.87>
- Suariedewi, I. G. A. A. M. (2020). Effect of mobile service quality to e-trust to develop e-satisfaction and e-loyalty mobile banking services. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 185–196. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.836>
- Sugara, A. R., & Handayani, T. (2023). Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Muamalat Digital Islamic Network di Kota Madiun. *Islamic Economics and Business Review*, 1(2), 184–198. <https://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/5470><https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/iesbir/article/download/5470/1917>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D., Gan, C., Sarah, I. S., & Setiawan, S. (2020). Loyalty towards Islamic banking: service quality, emotional or religious driven? *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 66–80. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0007>
- Supriadi, & Ismawati. (2020). IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP PERBANKAN SYARIAH dalam berbagai bentuknya , dan mengacu pada sistem antara lain ialah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41–50.

- Susanto, S. A., Manek, M. V., & Setiawan, R. A. (2023). CUSTOMER EXPERIENCE IN DIGITAL BANKING: THE INFLUENCE OF CONVENIENCE , SECURITY , AND USEFULNESS ON CUSTOMER SATISFACTION AND. *Journal Research and Community Service*, 4(8), 1671–1685.
- Sutedi A. (2009). *Perbankan Shari'ah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Ghalia Indonesia.
- Suwondo, A., & Marjan, F. I. (2017). Analisis Pengaruh E-Kepuasan pelanggan terhadap E-Loyalitas pelanggan KAI Access Berdasarkan E-SERVQUAL pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang. *SentriNov*, 3, 338–360.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS : Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (1st ed.). Papas Sinar Sinanti.
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3310–3316.
- Toyyibi, A. M. (2022). Banking Millennials' Perceptions of Digital Sharia Banking: A Case Study of Bank Jago Syariah. *Proceedings of Islamic Economics, Business ...*, 1(2).
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/263%0>
[Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/download/263/203](https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/download/263/203)
- Yusuf, M., Sumarno, & Komarudin, P. (2022). Bank Digital Syariah Di Indonesia : Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 2579–6453.