

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeyani, I., & Anggraini, T. (2021, July). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(2), 47-66.
- Bank Central Asia. (2023). *Konsisten Hadirkan Layanan Berkualitas, BCA Kembali*
- Bank Mega Syariah. (2024). *Bank Digital : Pengertian, Manfaat, dan Tips Memilihnya*. Jakarta : Tim Bank Mega Syariah, dari <https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/digital-banking/bank-digital>  
*Raih Penghargaan International Customer Engagement Gallup*. Jakarta : Group Corporate Communication and Social Responsibility, dari <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/media-riset/pressroom/siaran-pers/2023/03/20/07/25>
- Chen , X., Sun, X., Yan, D., & Wen, D. (2020). Perceived Sustainability and Customer Engagement in the Online Shopping Environment: The Rational and Emotional Perspectives. *Sustainability*, 12(7), 1-16. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/7/2674>
- Chen, X., Sun, X., Yan, D., & Wen, D. (2020). Perceived Sustainability and Customer Engagement in the Online Shopping Environment: The Rational and Emotional Perspectives. *Sustainability*, 12(7), 1-16. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/7/2674>
- Dewi, W. W. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Malang, Jawa Timur: UB Press.
- Faradila, Sutomo, M., Ponirin, & Wanti, S. (2023, November). STRATEGI CONTENT MARKETINGDALAM MEMBANGUN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OUT OF THE BOX. *Journal of Islamic Digital Economic and Management*, 1, 283-290.
- Gunawan, G., Nasution, M. I., & Sundari, S. S. (2022, November). Manfaat M-Banking Terhadap Sistem Informasi Diera Digital. *Journal Pusat Studi Pendidikan Rakyat*, 2, 61-69.
- Hidayat, V. R., & Nuzil, R. N. (2023). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA KONSUMEN MOBILE APLPLICATION E-COMMERCE SHOPPE. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 131-141.

- Janni, A. M. (2018). PERANAN PERBANKAN SEBAGAI LEMBAGA PENYALUR KREDIT BAGI MASYARAKAT. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7, 127-134.
- Kholis, N. (2018, Juni). PERBANKAN DALAM ERA BARU DIGITAL. *Journal Economicus*, 12, 80-88.
- Kusumaningrum, D. A., Wachyuni, S. S., Ritasari, R., & Kusumaningsih, R. (2019). PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY DIPANTAI SENTOSA RESTAURANT JAKARTA. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4, 129-143.
- Melis. (2016, Februari). TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PALEMBANG. *ISLAMIC BANKING*, 2, 39-47.
- MPR RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan (1998).
- MPR RI. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum (2018).
- Nurdin, Musyawarah, I., Nurfitriani, & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2, 87-104.
- Nurdin, Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2020). PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3, 30-45.
- Pratama, H. E., & Sulistiani, H. (2021, Desember). SISTEM PENILAIAN KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX PADA PENJUALAN PARFUME. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2, 28-36.
- Priyambodo, I. G., & Suprijati, J. (n.d.). THE INFLUENCE OF OVERALL CORPORATE IMAGE AND CULTURE TOWARDS CUSTOMER LOYALTY. *JOURNAL FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DR SOETOMO*, 28, 17-28.
- Srihandoko, W., & Ayu, F. R. (2021, Juli). Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Sekolah Islam Ibnu Hajar. *Implementation of Service Quality in Education Sector*.

- Srihandoko, W., & Ayu, F. R. (2021, Juli). Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Sekolah Islam Ibnu Hajar. *Implementation of Service Quality in Education Sector*.
- Tuti, M., & Sulistia, V. (2022, Januari). The Customer Engagement Effect on Customer Satisfaction and Brand Trust and Its Impact on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis, 13*(1), 1-15.
- Wigati, S. (2011, Juni). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *JURNAL HUKUM BISNIS ISLAM, 01*, 22-39.