

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqmala, D., Putra, F. I. F., & Wijayani, R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan BLIBLI.Com. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1).
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik telekomunikasi Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan perkembangan sistem pembayaran digital nasional 2023*. Bank Indonesia.
- Cepeda Carrión, G., Nitzl, C., & Roldán, J. L. (2018). Mediation analyses in partial least squares structural equation modeling: Guidelines and empirical examples. Dalam H. Latan & R. Noonan (Eds.), *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications* (hlm. 173–195). Springer.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin, B. (2021). Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi Shopee terhadap keputusan pembelian online pada users di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press (UP).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-36367-0>
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana.

- Pratama, A., & Widodo, B. (2022). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, 5(2), 112–128.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality*. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2022). *Laporan tahunan 2021: Akselerasi transformasi digital*. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2023). *Laporan tahunan 2022: Mendorong pertumbuhan berkelanjutan*. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2024). *Laporan tahunan 2023: Inovasi layanan perbankan*. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2025). *Dashboard kinerja operasional Wondr by BNI (Periode Kuartal I 2025)*. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
- Putri, A. M., & Nugroho, S. R. (2021). Evaluasi kualitas layanan perbankan digital dan loyalitas nasabah: Peran kepuasan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Pelayanan Keuangan*, 9(3), 200–215.
- Ramadhan, D., Setiawan, I., & Pratama, Y. (2024). Evaluasi kualitas layanan aplikasi perbankan digital terhadap loyalitas jangka panjang nasabah. *Jurnal Ilmu Perbankan Terapan*, 8(1), 55–72.
- Salsabila, L. H., Manggabarani, A., & Astuti, M. (2023). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dimediasi keputusan pembelian PT. Carramica Kreasi Indonesia pasca pandemi Covid-19. *JIIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(10).
- Sari, E. N., & Oswari, T. (2020). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34–46.
- Sari, R. P., Hidayat, T., & Siregar, A. (2023). Peran mediasi kepuasan nasabah pada hubungan kualitas layanan digital banking dan loyalitas pengguna. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 15(1), 45–60.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Srisusilawati, P., dkk. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. (E. Damayanti, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugijanto, A. W., Efrata, T. C., & Christian, S. (2025). *The Influence of Security and Quality mobile banking Services on Customer Satisfaction and the Impact on Loyalty Private Bank Customers*. *Review of Management and Entrepreneurship*, 9(1), 88–107.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Mengupas pemasaran strategik, branding strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif hingga e-marketing*. Penerbit Andi.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada konsumen barang fashion di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang.
- Wulandari, S. R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 67–78.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.