

## DAFTAR REFERENSI

- Abbas, U., Islam, K. M. A., Hussain, S., Baqir, M., & Muhammad, N. (2021). Impact of Brand Image on Customer Loyalty With the Mediating Role of Customer Satisfaction and Brand Awareness. *International Journal of Marketing Research Innovation*, 5(1), 1–15.  
<https://doi.org/10.46281/ijmri.v5i1.987>
- Adinugroho, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Smartphone Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Mamuju. *Movere Journal*, 2(1), 25–34.  
<https://doi.org/10.53654/mv.v2i1.91>
- Agustin, F. F., Amin, M., Irwansyah, M., & Junaidi, H. (2021). Pemanfaatan media social dalam Pemasaran Produk UMKM : Studi kasus pelaku UMKM di Desa Sidodadi. *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*, 03(2), 49–55.  
<https://ejurnal.univalabuhanbatu.ac.id/index.php/kapital/article/view/433>
- Amora, I. F., & Supriyanto, S. (2021). Analysis of Electronic Channel Service Quality on Customer Satisfaction of Bank Syariah Indonesia (BSI) During the Covid-19 Pandemic. *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 3(2), 159–174. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.2.10101>
- Andhika, A. (2021). Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(12), 6013.  
<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i12.5035>
- Anggun Resti, & Basri. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image, Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah (Study Kasus Bank BRI KCP Unit Sidoarum). *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 13(1), 79–92.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22.  
<https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Aseandi, R. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cab Meureudu Aceh. *Wahana Inovasi*, 9(Jan-Juni

2020), 48–63.

Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>

Dewi, D., & Jatmiko, J. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Customer Retention melalui Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Agregator Pilih Kredit. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 996–1021.

<https://journalstkipgrisitubondo.ac.id/index.php/PKWU/article/view/574>

Fauzi, F., & Putra, P. (2020). Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di Bank BNI Syariah. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah)*, 11(1), 33–41.

<https://doi.org/10.33558/maslahah.v11i1.2758>

Firmanda, A. F., & Lukiastuti, F. (2022). Analisis Peran Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Digital Marketing Dan Brand Loyalty Pada Bank Jateng Cabang Wonosobo. *Among Makarti*, 14(2), 29–49.

<https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.212>

Indratriyana, R., Utomo, A., & Nugroho, A. P. (2021). The Influence Of Trust Brand Image And Service Quality On Consumer Satisfaction In Pegadaian Cabang Sragen. *AKTUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 47–59.

<https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/aktual>

Juli, V. N., Mesin, P., Dan, C. R. M., Channel, A. E., & Rahmawati, H. (2020). Penggunaan Mesin CRM Dan Aplikasi E - Channel Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bni Batu Aji BataM. 4(3), 256–266.

Khalisdinuka, A. (2023). *JURUS BNI EDUKASI NASABAH LEWAT KONTEN MEDIA SODIAL*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/moneter/d-6520617/jurus-bni-edukasi-nasabah-lewat-konten-s3-marketing-di-media-sosial>

Kiling, I. S. dkk. (2016). Analisis Faktor-Faktor Kunci Penggunaan Internet Banking (Studi Kasus Pada Pt. Bni (Persero) Tbk. Kantor Cabang Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3), 522–530.

- Kotler, P., & Keller, L. (2017). Marketing Manajement. In *15th edition new* (p. inc). pearson pretice.  
[https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=1781&keywords=](https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1781&keywords=)
- Latan, H., & Imam, G. &. (2015). *Partial least squares : konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris* (p. 368). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lazuardi, A. R., Raras, A. T., Sudaryo, Y., & Sofiati, N. A. (2022). Analisis Penerapan Digital Marketing Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi )*, 6(2), 1881–1899.
- Lazuardi, A. R., Ts, A. R., & Sudaryo, Y. (2020). Influence of Digital Marketing on Customer Satisfaction Of Bank Jabar Banten Syariah ( BJBS ) and the Implications On Corporate Image. *Budapest International Research and Crities Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 4036–4048. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/4104/pdf>
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan strategi digital marketing, teori antrian terhadap tingkat kepuasan pelanggan (studi kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.
- Malhotra, N. K. (2020). Marketing research : an applied orientation seventh edition. In *Marketing research : an applied orientation seventh edition* (p. 888). United Kingdom : Pearson Education, 2020 Pearson Education Limited 2020. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1295401>
- Mulazid, A. S. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BNI Syariah Cabang Fatmawati Jakarta*. 6, 78–92.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.  
<https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>
- Nurcahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *Relevance: Journal of Management and Business*, 1(1), 15–34. <https://doi.org/10.22515/relevance.v1i1.1270>
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix)

- Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 142–157.
- Nurkariani, N. L., & Yani, L. S. P. (2021). Pengaruh Brand Image, Service Excellent, Dan Product Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.BPR Indra Candra. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 150–162. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v7i2.747](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.747)
- Pratama, A. P. R. (2021). Penguatan Digitalisasi Perbankan dalam Pelayanan Costumer Service Nasabah Secara Digital di Masa Covid-19. *Simbur Cahaya*, 28(2), 312. <https://doi.org/10.28946/sc.v28i2.1443>
- Rofika, I., Ismail, I., & Herlina, B. (2021). Pengaruh Layanan E-Channel terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Watansoppeng. *Jurnal Ada Na Gau: Public ...*, 2(2), 735–744. <http://ojs.lppmuniprima.org/index.php/jangpa/article/view/234>
- Sekaran, U. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis* (R. Bougie (ed.); p. 230). jakarta: Salemba Empat, 2017. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1186864>
- Seto, A. A., & Septianti, D. (2021). The Impact Of The Covid 19 Pandemic On The Financial Performance Of The Banking Sector In Indonesia. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 144–153.
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2020). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN BNI MOBILE BANKING STUDI KASUS BNI KANTOR CABANG HARMONI. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 155–160. [file:///C:/Users/Windows10/Desktop/J BRAND IMAGE/jurnaladm,+09.+Kaledin\\_Anas\\_155-160.pdf](file:///C:/Users/Windows10/Desktop/J BRAND IMAGE/jurnaladm,+09.+Kaledin_Anas_155-160.pdf)
- Sofiati (Efi), N. A., Sudaryo, Y., Astuty, T. T., & Sukandi, A. (2022). PENGARUH IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING TERHADAP CITRA PERBANKAN DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Suatu Survey Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk). *Sosiohumaniora*, 24(1), 98. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.23594>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono.

In *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono* (p. 334). Bandung : Alfabeta, 2014.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046>

Suharbi, M. A., & Margono, H. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital Indonesia di era revolusi industri 4.0. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4749–4759.

<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1758>

Sukandi, A., Nunung, Sofiaty Ayu, & Sudaryo, Y. (2019). Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dan Berdampak Pada Citra Lembaga Perbankan (Suatu Survey pada Lembaga Perbankan Nasioanal) PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk. *Sosiohumaniora*, 21(3), 355–364.

<http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/23591/12115>

Winasis, S. (2020). Transformasi Digital di Industri Perbankan Indonesia : Impak pada Stress Kerja Karyawan. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), 55–64. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.3162>

Yuwana, S. I. P. (2020). Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(1), 47–59.

<https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i1.58>