

DAFTAR PUSTAKA

- ANDESPA, R., & RAHIM, R. (2020). PENGARUH DIMENSI NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH PADA LKMS. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 5(2), 169–177.
- Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-dasar statistik penelitian. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Bilson Simamora. (2008) Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Cahyani, A., Gunadi, I. M. A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Pt. Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(1), 25-36.
- Dewi, T. U., & Nugroho, P. N. A. (2020). Pengaruh customer experience terhadap customer satisfaction dan customer loyalty institut francais Indonesia di Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis*, 3(2), 30–39.
- Febriani, N. M. A., & Ardani, I. (2021). The influence of customer experience, ease of use, and trust on repurchase intention (Case study of Tokopedia consumers in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(2), 378–383.
- Fitriani, Y. (2022). Model Pengelolaan Dana Filantropi Islam Dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS)(Studi Kasus Pada KJKS BMT Marhamah Wonosobo). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 85–103.
- FoEh, J. E., & Niha, S. S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Customer Value terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online (Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 30–43.
- Gemilang, B., & Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada

- Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 400–407.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775
- Ghufron, M. I., & Dewi, R. (2023). Analisis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Perspektif Al-Qur'an. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- H. Widjojo, Sari-Sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis. Jakarta: Prasetya Mulia Publishing, 2017.
- Handaruwati, I. (2021). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan konsumen produk kuliner lokal soto mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.
- Hasibuan, A. T., Sianipar, M. R., Ramdhani, A. D., Putri, F. W., & Ritonga, N. Z. (2022). Konsep dan karakteristik penelitian kualitatif serta perbedaannya dengan penelitian kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 8686–8692.
- Hidayat, M., Hadi, E. D., & Anggarawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk Kopi Kapal Api. *The Manager Review*, 4(1), 154–194.
- Ilmiah, D. (2020). Optimalisasi asset wakaf melalui sukuk wakaf di indonesia. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(2), 127–137.
- Indrawan, B., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh net interest margin (NIM) terhadap return on asset (ROA) pada pt bank pembangunan daerah jawa barat dan banten tbk periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis*, 4(1), 78-87.
- Iranita, I. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Customer Value terhadap Loyalitas Pelanggan Barista Coffe Shop & Roastery Tanjungpinang. *Bahtera Inovasi*, 6(1), 32–45.
- James F. Engel, et. al, Perilaku Konsumen (Judul Asli Consumer Behavior), terj. F.X Budiyanto, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1994), hal. 3

- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2021). Pengaruh customer experience dan customer value terhadap customer loyalty indihome (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111.
- Kharisma, A. D., & Hidayat, A. (2019). Pengaruh Customer Delight dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Bukit Sekipan Tawangmangu. Paska Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 1(1), 1-22.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). Pemasaran . Pearson Higher Education AU.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. (2000). Marketing Management, the Millenium Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kusuma, D. (2023). *Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo dengan minat beli sebagai variabel mediasi: Studi pada konsumen mie Lemonilo di Malang* [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/56615>
- Maghfi, P. (2021). Analisis Pola Konsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Penghuni Kos Putri Ponorogo). *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 2(2), 185-198.
- Maharani, D. A., Hidayat, W., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mitra Swalayan Kota Tegal). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 447–456.
- Mahribi, M. A. (2020). Harpelnas 2020 : Ciptakan Customer Experience dengan Teknologi Digital. [Https://Marketing.Co.Id/](https://Marketing.Co.Id/).

<https://marketing.co.id/harpelnas-2020-ciptakan-customer-experience-dengan-teknologi-digital/>

- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33. https://www.researchgate.net/profile/Ismail-Wekke/publication/344211045_Metode_Penelitian_Sosial/links/5f5c132ea6fdcc11640bd740/Metode-Penelitian-Sosial.pdf#page=42
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Masadah., Asngadi., dan Singgih., C.T. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variable Kepuasan. *Jurnal Tabarru^o : Islamic Banking and Finance*, Vol.3. No.2.
- Maulida, W. U., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Brand Trust, Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada CV. Syifa Adventure. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1023–1035.
- Muhson, A. (2006). Teknik analisis kuantitatif. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta, 183-196.
- Mutiara, U., & Maulana, R. (2020). Perlindungan Data Pribadi Sebagai Bagian Dari Hak Asasi Manusia Atas Perlindungan Diri Pribadi. *Indonesian Journal of Law and Policy Studies*, 1(1), 42–54.
- Nisatasni, K., & Hakim, N. I. (2023). *PENGARUH BRAND TRUST, BRAND IMAGE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DI MALINDO RESTO KEBUMEN* [PhD Thesis, IAINU Kebumen]. <http://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/1047/>
- Nisazizah, B., & Sudaryanto, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor

- Cabang Semarang dan Kantor Cabang Pembantu UNISULA). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 116–127.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2024). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 11(2), 111-122.
- Oktaviani, S., & Purnama, R. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI PADA PT. SINAR MAS MULTIFINANCE CABANG SUKABUMI): Manajemen Pemasaran. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(1), 47–66.
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2023). Brand Image, Kepuasan Konsumen, dan Repurchase Intention: Konsep dan Aplikasi Dalam Studi Kasus “Kedai Kopi Kulo”. Media Pustaka Indo.
- Rahayu, S., & Faulina, S. T. (2022). Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1–13.
- RAPAT ANGGOTA TAHUNAN KSPPS BMT MITRA HUSNUL AULIA. (2021). Ciledug, Cirebon
- RAPAT ANGGOTA TAHUNAN KSPPS BMT MITRA HUSNUL AULIA. (2022). Ciledug, Cirebon
- RAPAT ANGGOTA TAHUNAN KSPPS BMT MITRA HUSNUL AULIA. (2023). Ciledug, Cirebon
- Rasyid, A., & Tara, H. (2021). Client Experience Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Value Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt. Kartu Nusantara Semesta Jayapura. *Journal of Economics Review (JOER)*, 1(1), 34–42.
- Rivandi, A., Bu’ulolo, E., & Silalahi, N. (2019). Penerapan Metode Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Biaya Pencetakan Spanduk (Studi Kasus: PT. Hansindo Setiapatama). *Pelita Informatika: Informasi Dan Informatika*, 7(3), 263–268.

- Rizvi, S. K. A., Naqvi, B., & Tanveer, F. (2018). Is Pakistan ready to embrace Fintech innovation? *The Lahore Journal of Economics*, 23(2), 151–182.
- Rompas, J. J., Mananeke, L., & Worang, F. G. (2020). Customer Relationship Management Dan Customer Value Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Kredit Komersil PT. Bank Sulutgo Kantor Cabang Utama Manado. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/30297>
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science*, 6(1), 41–53.
- Sari, N., Nasution, A. I. L., & Hasibuan, R. R. A. (2023). Pengaruh Customer Value Dan Shariah Compliance Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(2), 1237–1254.
- Saktiawan Rudi (2023). Peluang dan Tantangan RUU Perkoperasian Bagi Koperasi Syariah. <https://kneks.go.id/berita/565/webinar-kneks-iaei-peluang-tantangan-ruu-perkoperasian-bagi-koperasi-syariah?category=1>
- SIANTURI, S. T. L. (2024). *ANALISIS KEMAMPUAN SISWA DALAM PENALARAN MATEMATIS DAN PEMECAHAN MASALAH TERHADAP HASIL BELAJAR ASPEK KOGNITIF PADA MATERI SISTEM PERSAMAAN LINEAR TIGA VARIABEL (SPLTV) DI KELAS X SMA NEGERI 1 BERASTAGI TA 2023/2024*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/9990>
- Sihombing, N. J., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Aplikasi Agoda). *eProceedings of Management*, 9(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17609>
- Singgih, C. T. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank syariah di kabupaten jombang yang dimediasi variabel kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208.

- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). Buku ajar perilaku konsumen. Penerbit NEM.
- Sugianto, S. (2022). Pengembangan Baitul Maal Wat-Tamwil untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 2177–2183.
- Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. (2012). Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.*
<https://repository.radenfatah.ac.id/18854/3/3.pdf>
- Susanti, D. (2021). Digital Marketing Pada Customer Value dan Customer Engagement Terhadap Repeat Purchase Pada Marketplace. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 135–146.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Sutisna, I. (2020). *Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif. Universitas Negeri Gorontalo*, 1 (1), 1–15.
- Tasijam, G. A., Rahmatullah, M. R., & Kristaung, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Customer Value terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah Bank Muamalat Syariah Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 22706–22713.
- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2023). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 101–112.
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *Scientific, Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1173-179).

- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179.
- Vitram, K. L., Rasa, M. I., & Harto, S. (2023). Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah. *Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 44-54.
- Winarni, E. (2022). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Hotel Elmi Surabaya). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 107–121.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163.
- Woodruff, R.B. (1997) The Next Source For Competitive Advantage. *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol.25. No.2, pp.135-158
- Wulandari, A., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Customer value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Sampo Lifebuoy. *Jurnal Ecogen*, 5(3), 364–377.
- Yovanda, E., Rahman, A., & Anggriani, I. (2022). The Influence of Customer Experience and Trust on Customer Loyalty PT. Lion Parcel Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(4), 1443–1454.
- Zainudin, M. (2021). Pengaruh E-Learning Dan Kemandirian Belajar Ditinjau Dari Hasil Belajar. *Journal of Technology, Mathematics and Social Science*, 1(1), 1–13.