

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104.
- Arfina, A. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan mobile banking Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.*
- Armia, M. S. (2022). *Penentuan Metode Pendekatan Penelitian Hukum.*
- Ayati, I. N., & Abdullah, A. (2023). *Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap Eloyalty Pengguna Mobile Banking Syariah (Studi pada Mahasiswa di Surakarta).*
- Berlian, A. D. P. (n.d.). *Pengaruh E-Trust, E-Wom, E-Service Quality Terhadap Minat Menggunakan Kembali Layanan Bsi Mobile Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi Di Wilayah Tambun.*
- Delfiero, M. F. (2024). *Membangun E-Trust, E-Service Quality, Dan E-Crm Terhadap Customer Satisfaction Serta Berdampak Pada Customer Loyalty Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Demak.*
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321–338.
- Fikri, M. (n.d.). *Pengaruh Digital Marketing Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile Di Bsi Kc Bintaro.*

- Gita, R. P. (2023). *Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Dan Strategi Bisnis Terhadap Inovasi Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Umkm di Kec. Balik Bukit Kab. Lampung Barat)*.
- Hania, I. F. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing, Corporate Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Mobile Banking Muamalat Din (Digital Islamic Network)(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Kcp Kotabumi)*.
- Hasanah, F. (n.d.). *Pengaruh E-Service Quality, Brand Image Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Nasabah Pengguna Bsi Mobile Di Jabodetabek*.
- Indi, I. (2019). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)*.
- Kusuma, A. I. (2021). The Influence of Promotion, Product Innovation, and Product Knowledge on Purchase Intention to Bakpia Jenang Product at CV Mubarokfood Cipta Delicia Kudus. *Admisi Dan Bisnis*, 21(3), 189–200.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Kusumayanti, K., Kamanda, S. V., & Qolbi, N. (2022). Pengaruh Service Quality, Brand Image, dan Price Terhadap Minat Beli Jasa Maxim Pada Saat Covid-19 di Batam. *JURNAL AL-AMAL*, 1(1), 53–58.
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73–84.

- Mubarak, M. R. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI.*
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing.*
- Pratiwi, H. (2016). *Sistem Pendukung Keputusan. Yogyakarta: Deepublish*, 49–57.
- Prayoga, A. (n.d.). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan E-Service Quality Terhadap Minat Masyarakat di Jakarta Pusat Membuka Rekening Tabungan Muamalat Digital Islamic Network.*
- Purwati, N. A. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh).*
- Puspitaningtyas, I. H., Mutahir, A., Primadata, A. P., & Kurniawan, A. (2023). Keterhubungan program kampung iklim (proklam) dengan proyek desa wisata pandak kecamatan baturraden, kabupaten banyumas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2494–2500.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing (Vol. 1). Tiga Ebook.*
- Rahmadina, A. N. (2024). *Peran E-Satisfaction dalam menghubungkan E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Loyalty.*

- Rahman, R. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Ferdy Sambo di Media Online Viva. Co. Id dan Detik. Com. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 278–293.
- Sinurat, A. E. T., Ramli, A. H., & Purnomo, S. H. (2024). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 80–102.
- Siregar, I. S., Nasution, Y. S. J., & Inayah, N. (2023). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU Tahun 2019. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 221–233.
- Soemali, R. N. (2015). Pengaruh product innovation, product quality dan brand image terhadap customer loyalty dengan competitive advantage sebagai variabel intervening di PT. Wijaya Indonesia Makmur Bicycle Industries Gresik. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–10.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wichaksono, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Geprek Benu Rawamangun*.

Witri, D. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Di Kota Pekanbaru.*

Yulianah, S. (2022). *Metodelogi Penelitian Sosial.* CV Rey Media Grafika.

