

DAFTAR PUSTAKA

- A pada tabel 4.22lwathoni, R. H. (t.t.). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)(studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia berdomisili di Tangerang Selatan).
- ANANDA, H. A. (t.t.). Peran Literasi Digital Terhadap Generasi Z.
- Anggih Dea, P. (2023). PENGARUH DIGITAL BANKING TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI PURWOKERTO).
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423.
- Aziza, N. (2023). Metodologi Penelitian 1: Deskriptif Kuantitatif (hlm. 166–178).
- Choirunnisa, A. N. (t.t.). Pengaruh Kualitas Layanan Bsi Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui Kepuasan Nasabah (Studi Pada Generasi Z Di Jabodetabek).
- Fahira, A., Rahma, T. I. F., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction nasabah bank sumut syariah. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 247–264.
- Hafizha, Z., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Personal Branding Sumber Daya Insani Perbankan Syariah Terhadap Digitalisasi Banking di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 470–479.
- Halim, S. P., Azhad, M. N., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Risiko terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2035–2042.

ISMADY, D. B. T. (t.t.). PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL PADA SEKTOR PERBANKAN TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE BANKING.

Istnaini, A., & Firmansyah, F. (2024). Determinasi Brand Image, Kualitas Layanan dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Kepuasan Nasabah BSI KCP Malang Soetta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5164–5178.

Junianda, M. (2024). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION, DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY PENGGUNA LAYANAN MOBILE BANKING DI ACEH TENGAH.

Kronologi LockBit Diduga Curi Data Nasabah BSI & Update Terkini. (t.t.). Diambil 11 September 2024, dari <https://tirto.id/kronologi-lockbit-diduga-curi-data-nasabah-bsi-update-terkini-gHpm>

Larassati, N., & Fauzi, A. (2022). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 4(2), 202–217.

MA'RIFA, H. S. F., & SANTOSA, P. B. (2023). PENGARUH KEBOCORAN DATA (RANSOMWARE) DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI PROVINSI JAWA TENGAH.

Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 4(1), 54–54.

Muzarkosah, I., & Syarifah, W. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN PENGETAHUAN PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(STUDI KASUS BPRS BHAKTI SUMEKAR KANTOR CABANG PRAGAAN): THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY WITH PRODUCT KNOWLEDGE AS A MODERATING VARIABLE (CASE STUDY BPRS BHAKTI SUMEKAR PRAGAAN BRANCH OFFICE). NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah, 8(1), 1–11.

Nst, A. H., Sembiring, E. R. M., Al-Khoiri, P. A., & Nurbaiti, N. (2023). Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking Bsi. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 114–122.

Pertiwi, W., & Nurhikmah, F. (2018). Pengaruh perubahan sistem digitalisasi terhadap kinerja karyawan. 1, 187–191.

PRADANA, N. A., & Haris, H. (2023). PENGARUH DIGITALISASI PRODUK, BRAND IMAGE DAN LOKASI TERHADAP INTENSI GENERASI MILLENIAL MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus Generasi Millennial Di Kabupaten Sragen).

Rahmah, M. I. (2023). Pengaruh layanan Webform Bank Syariah Indonesia, Layanan Mobile Banking dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa di Ponorogo).

Riyanti, R. (2021). Strategi Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di Bsi Kckediri Di Masa Pandemi Covid-19.

Rohmatullaili, N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Aksesibilitas Digital Banking terhadap Loyalitas Nasabah Bank BSI KCP Bojonegoro-Sumberrejo. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 114–128.

Setiagraha, D., Sakti, I. P., & Batin, M. H. (2023). Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

- Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 39–48.
- Shabri, H. (2022). Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia. *El-Kahfi| Journal of Islamic Economics*, 3(02), 1–7.
- Siregar, P. P. S. (2023). Pengaruh pelayanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.
- Survei Visa: E-Wallet Paling Banyak Digunakan Gen Z dalam Pembayaran Digital. (t.t.). Diambil 15 April 2025, dari <https://money.kompas.com/read/2023/09/22/190000926/survei-visa--e-wallet-paling-banyak-digunakan-gen-z-dalam-pembayaran-digital>
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.
- Suwandi, S. S. P., & Abin, M. R. (2023). Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 237–246.
- teori servqual—Penelusuran Google. (t.t.). Diambil 10 Oktober 2024, dari <https://www.google.com/search?q=teori+servqual&ie=UTF-8&oe=UTF-8&hl=id-id&client=safari#vhid=zephyr:0&vssid=atritem-https://repository.uin-suska.ac.id/3569/3/BAB%2520II.pdf>
- Transaksi Digital Banking Naik 45%, BSI Apresiasi Nasabah Lewat Hujan Rezeki BSI Mobile—Berita | Bank Syariah Indonesia. (t.t.). Diambil 30 September 2024, dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apresiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile>
- Triyogo, A. (2022). PENGARUH ELEKTRONIK BANKING (E-BANKING) DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN

DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH. *Journal of Syntax Literate*, 7(6).

YUSDAYANTI, Y. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA DI KECAMATAN BELOPA.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**