

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, N., & Kustiawan, U. (2025). Impact Of Bank Reputation, Service Quality, And Social Media Marketing On Customer Trust And Loyalty. *Journal of Applied Economics in Developing Countries*, 10(2), 108–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jaedic.v10i2.108581>
- Ahmad, Z. A., & Rusdianto, R. (2020). Impact of Transparency and Accountability on Trust and Intention to Donate Cash Waqf in Islamic Microfinance Institutions. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 5(2), 197. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v5i2.317>
- Akib, A., Majiding, N. C., Utami, D. (2025). Eksplorasi Sharia Compliance dan Transparansi Sistem Akuntansi pada Koperasi Syariah di Kota Makassar. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 58–65. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v7i2.283>
- Alfiani, H. N., Nasrulloh, A. A., Nathalian, E. A., & ... (2023). Peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Mengawasi Koperasi Simpan Pinjam dan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 3957–3965. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/5875%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/5875/4909>
- Ananta, A. T., & Sisdianto, E. (2024). Peran PSAK Syariah dalam Meningkatkan Kualitas dan Akuntabilitas Laporan Keuangan di Perbankan Syariah The Role of Sharia PSAK in Improving the Quality and Accountability of Financial Reports in Sharia Banking. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1, 7516–7523. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Andriansyah, M., & Sisdianto, E. (2024). Analisis Hubungan Pengungkapan Laporan Keuangan Syariah Dengan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah. *JMA (Jurnal Media Akademik)*, 2(12), 3031–5220. <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/v2i12.1284>
- April, D., Simangunsong, Y., & Tahun, P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan , Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam) Sumber : Bank Sumut Syariah Kcp Lubuk Pakam. 1(4).
- Arja, M., Purba, V. A. N. S., Adetiya, P., & Penggabea, F. Y. (2025). Peran Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Kepercayaan Masyarakat. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(1), 1506–1510. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/irje.v5i1.1893>
- Assauri, S., & Mudarris, M. (2016). Analisis Pelayanan Pembiayaan pada Kepuasan

- Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah di BMT NU Jawa Timur Cabang Sepulu kab. Bangkalan. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 2(1), 43–56. <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v2i1.262>
- Asy'ari, A. W., & Yazid, M. (2023). Penerapan akad Mudharabah pada transaksi penyimpanan dana asabah di Bank Syariah. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 9(1), 1–16. <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qiema/article/download/4010/2786>
- Atmaja, W. (2021). *Analisis Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zakat, Infaq, Dan Sedekah (Zis) Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Basyir, M. (2020). Pengaruh Physical Evidence terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Kepuasan sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal EMT KITA*, 4(2), 126–137. <https://doi.org/10.35870/emt.v4i2.155>
- Bilgies, A. F., Muhajir, A., & Sa'idah, L. N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 325–332. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.490>
- Chin, W. W. (1998). *1998ThePartialLeastSquaresApproachtoSEMchapter.pdf*.
- David. (1981). *Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics*. Sage publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Fadriansyah, M. S., Hans, J. Z. A., & Ayuningtyas, E. A. (2022). Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 24(1), 65. <https://doi.org/10.33370/jpw.v24i1.758>
- Fardhany, R., & Yaya, R. (2024). *Pengaruh Akuntabilitas , Transparansi dan Keadilan terhadap Kepercayaan: Apakah Kepuasan Memediasi ?* 8(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.20334>
- Febiyanti, A. I., & Wahyudi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung di BMT Mazaya. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 4(2), 201–218. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v4i2.208>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Ghozali, Imam, Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and*

Applications using SmartPLS 3.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. In *Multivariate data analysis* (p. 785).
- Hamid, Abdul, and E. R. K. J. I. M. (2020): 1-16. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening Di Kspps Bmt Bina Ummat Sejahtera (Bus) Cabang Limpung. *Urnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Henseler, J. (2010). On the convergence of the partial least squares path modeling algorithm. *Computational Statistics*, 25(1), 107–120.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015a). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015b). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). *The use of partial least squares path modeling in international marketing*.
- Hidayat, R., Industri, J. T., & Madura, U. T. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>
- Hidayati, N., Hanif, R., Pradesa, H. A., & Agustina, I. (2025). *Increasing Customer Trust in Islamic Bank : Role of Service Quality and Satisfaction*. 6(2), 648–657. <https://doi.org/10.47065/jbe.v6i2.7291>
- Ifa, K. R. (2025). *Peran Digitalisasi Koperasi Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Kinerja Keuangan di KSPPS BMT Alhikmah Semesta*. 1(01). <https://journal.imfea.or.id/index.php/jkeki/>
- Jamaluddin. (2021). Implementasi Syariah Enterprise Theory (SET) Dalam Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 136–147. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v3i2.63.136-147>
- Jogiyanto, H. M., & Abdillah, W. (2009). Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris. *BPFE Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UGM. Yogyakarta*.

- Juhana, D. (2019). *Effect of Service Quality on Customer Trust and Its Implications on Customer Satisfaction*. 7(1), 27–32.
- Kalau, A. A., Sososutiksno, C., & Gainau, P. C. (2022). Peran Syariah Governance Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Ambon). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(1), 154–171. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.39551>
- Karimah, M. D., & Khotim Fadhli. (2024). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Nu Cabang Jombang. *Jurnal Education and Development*, 12(2), 146–151. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/5683>
- Khaddafi, M., Rizki, Z. D., Ira, W., Elke, D. S., Aini, Q., & Faraisha, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Akuntansi Syariah Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah. *SANTRI: JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM Yapedumenu: Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(6), 94–103.
- Krina, L. L. (2003). *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi*. <https://adoc.pub/indikator-alat-ukur-prinsip-akuntabilitas-transparansi>
- Kurniasih, K., Rahmawati, E. D., & Akhmad, K. A. (2024). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 55–67. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.300>
- Lestari D., Nengsih, T. A., & Rahman, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Kota Jambi. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 10–23. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i2.1964>
- Lubis, S., R., A., Lestari, A., I., & Dalimunthe, N. (2023). Pengaruh Komitmen Agama Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepercayaan Nasabah Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 178–189. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i4.1397>
- Mastura, Z. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>

- Morgan, Robert M, & Hunt, Shelby D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Mukhayati, R., Yohani, Y., Kholidah, N., & Hudaya, F. (2024). Perspektif Hukum Islam Terhadap Biaya Penalty Pada Produk Tabungan I-Mapan (Studi Pada KSPPS Baitut Tamwil Muhammadiyah Kajen). *Neraca*, 20(2), 1–15. <https://doi.org/10.48144/neraca.v20i2.1893>
- Ningsih, N. S. I., & Khoiruddin, A. Y. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 197–208. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.9884>
- Nurafida, N., Putra, D., M., S., & Susilawati. (2024). Analisis Penerapan Prinsip Transparansi dalam Pelaporan Keuangan Koperasi: Studi Kasus di Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1 SE-Articles), 613–619. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jemba.v2i1.670>
- Nurdin, S., Yohani, Y., & Kholidah, N. (2025). Penerapan Akad Mudharabah Pada Produk Simpanan Koperasi Syariah (Studi pada KSPPS BTM Banjarnegara). *Neraca*, 21(1), 92–109. <https://doi.org/10.48144/neraca.v21i1.1922>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw Hill.
- 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.
- Pratiwi, N., Sofyan, I., F., & Muhlis, S., Bulutoding, L. (2024). Kajian Komparatif Sharia Enterprise Theory Dengan Paradigma Bisnis Konvensional. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6, 26–37. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.48378>
- Rahardjo, M. (2018). Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian. *Metode Pembelajaran*, 1. repository.uin-malang.ac.id/2410
- Rahayu, D. P., Setiawan, E., Larasati, M., & Habibi, P. (2020). Accountability And Transparency Of Sharia Micro Financial Institutions On Customer Trust With Financial Performance As An Intervening Variable. *ICBAE 2020: Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE 2020, 5-6 August 2020, Purwokerto, Indonesia*, 79.
- Riduwan. (2020). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 125–131. <http://umbidharma.org/jipp>

- Rosid, I. M. A., & Albari, A. (2025). The Influence of Product Quality, Service Quality, Price, and Consumer Trust on Repurchase Intention for Household Appliance Products. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 5(9), 11549–11568. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i9.52157>
- Rukhmana, T. (2021). Memahami sumber data penelitian. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Rusmadi, R. (2020). Consumers Satisfaction in Marketing Management: A Conceptual Study. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 2(4). <https://doi.org/10.29103/ijevs.v2i4.2546>
- Sari, Fanny Rahma Yandri, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Literasi Keuangan , dan Mobile Banking Terhadap kepuasan anggota dan kepercayaan anggota BMT Al Fath Ikmi. 10(03), 2911–2923. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14801>
- Sari, F. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan, dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota dan Kepercayaan Anggota BMT Al Fath Ikmi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2911–2923.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587–632).
- Schnackenberg, A. K., & Tomlinson, E. (2020). *Organizational Transparency : A New Perspective on Managing Trust in Organization-Stakeholder Relationships* (Issue March 2014). <https://doi.org/10.1177/0149206314525202>
- Septyawati, L., Akhmad, K. A., & Muftiyanto, R. T. N. (2024). Hubungan Kepercayaan , Kualitas dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah di KSPPS BMT Dinar Barokah Jumapolo Karanganyar. 3(3).
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan mobile banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518â – 528.
- Setyowati, M., Widiarto, A., & Indriani, I. (2020). Development of DKI Jakarta Regional Fiscal Capacity in 2014-2019. *Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE 2020, 5 - 6 August 2020, Purwokerto, Indonesia*, 79. <http://eudl.eu/doi/10.4108/eai.5-8-2020.2301220>
- Shaffina, T. I., Salsabila, A., & Nurhasanah, N. (2024). Pengaruh Transparansi terhadap Kepercayaan dalam Berinfak Menggunakan Dompot Digital. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 153–160.
- Sudirman, S., Darmiati, D., & Rahman, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan

- kepuasan terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(3), 640–650.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sulistiyandari, S., & Kusumah, A. (2023). Exploring Satisfaction as a Mediator and Moderator of Customer Loyalty in Islamic Banking. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 14(1), 16–34. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v14i1.16-34>
- Sumarlin, K., Sormin, B., Utara, U. S., & Manajemen, M. (2024). Analisis Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas terhadap Kepercayaan Publik. 6(5), 1217–1229. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1389>
- Syahputri, A. Z., Della, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 2(1), 160–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.64464/tarbiyah.v2i1.25>
- Turi, L. O., & Muharram, A. I. (2023). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Laporan Keuangan Koperasi Terhadap Tingkat Kepercayaan Anggota Koperasi. *JURNAL ECONOMINA*, 2(12), 3787–3797. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i12.1103>
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i2.277-297>
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 170–178.
- Wadud, A. M. A., & Layaman. (2023). The Impact of Islamic Branding on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. In *Islamic Sustainable Finance, Law and Innovation: Opportunities and Challenges* (pp. 95–104).
- Wahyuni, S., & Abdullah, M., W. (2021). Akuntabilitas Berbasis Syariah Enterprise Theory Dalam Mewujudkan Ekonomi Sustainable. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(01), 41–54. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.1986>
- Widyastuti, A., Fadhli, M. M., & Astuti, W. W. (2022). *kuntansi*, Vol. 5 No. 3, p. 333–348. 5(3), 333–348. <https://doi.org/10.22219/jaa.v5i3.22129>
- Winasih, T., & Hakim, L. (2021). *Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas*

Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.
<https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v8i2.4152>

Wulandari, A. D. & Abdullah, A. (2025). Membangun Kepuasan Nasabah: Studi Pelayanan, Kepercayaan, dan Kenyamanan dalam Bank Syariah Digital dan Non-Digital. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 13(1), 42–61. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v13i1.1758>

Zalelawati, S., Marlita, T., & Syaifudin, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1020–1026. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.237>



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
 SYEKH NURJATI CIREBON**