

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aprilianti, I. (2021). PENGATURAN BERSAMA EKONOMI DIGITAL INDONESIA. Jakarta: CIPS.
- Arifianto. (2017). *KOMUNIKASI DI ERA TEKNOLOGI DIGITAL*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Arum Janie, D. N. (2012). *STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINEAR BERGANDA DENGAN SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- BMT. (2020). PROFIL COMPANY. Cirebon
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Haqqi, H., & Wijayati, H. (2019). *REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DITENGAH SOCIETY 5.0*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Purnomo, R. A. (2016). *ANALISIS STATISTIK EKONOMI DAN BISNIS DENGAN SPSS*. Ponorogo: WADE GROUP.
- Sholihin, R. (2019). *DIGITAL MARKETING DI ERA 4.0*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Skinner, C. (2019). *MANUSIA DIGITAL*. Jakarta: PT Elex Media.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: PT ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *STATISTIKA UNTUK PENELITIAN*. Bandung: PT ALFABETA.
- Sujarweni, V. (2015). *SPSS UNTUK PENELITIAN*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Sujianto, A. E. (2014). *MEMBANGUN LOYALITAS NASABAH*. Tulungagung: Lentera Kreasindo.
- Susetyo, B. (2019). *STATISTIKA UNTUK ANALISIS DATA PENELITIAN*. Bandung: PT RAFIKA ADITAMA.
- Syarifuddin. (2016). *PUBLIC RELATIONS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Imaniyati, N. S. (2010). *ASPEK-ASPEK HUKUM BMT (BAITUL MAAL WAT TAMWIL)*. PT CITRA ADITYA BAKTI.
- Widyanto. (2016). *BMT PRAKTIK DAN KASUS*. JAKARTA: PT GRAFINDO PERSADA.

Wijaya, T. (2016). ANALISIS *MULTIVARIATE* UNTUK PENELITIAN MANAJEMEN. Yogyakarta: POHON CAHAYA.

Zerres, C. (2014). *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*. Chicago: Universität Kassel.

## JURNAL

Afriana, M. (2013). RANCANG BANGUN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* SEBAGAI SISTEM INFORMASI DALAM PENINGKATAN LAYANAN PERPUSTAKAAN DIGITAL FAKULTAS ILMU KOMPUTER UNSRI. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 5(2), 629-644.

Ansori, A. (2016). DIGITALISASI EKONOMI SYARIAH. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, 7(1), 1-18.

Danuri, M. (2019). PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL. *INFOKAM*, 15(2), 116-123.

Dyantia, O. (2012). PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP (CRM)* BERBASIS WEB (STUDI KASUS PADA SISTEM INFORMASI PEMASARAN DI TOKO YEN-YEN. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4(2), 516-529.

Fahira, H. D. (2020). PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BNI SYARIAH BANDA ACEH. *JIMEBIS*, 1(2).

Fitriani. (2021). PENGARUH KECERDASAN INTELEKTUAL, KECERDASAN EMOSIONAL, DAN KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KCP BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA METRO-LAMPUNG. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1477-1489.

Pritandhari, M. (2015). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA BMT AMANAH UMMAH SUKOHARJO). *JURNAL PROMOSI : Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 3(1), 50-60.

Raza, E. (2020). MANFAAT DAN DAMPAK DIGITALISASI LOGISTIK DI ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia*, 4(1), 49-63.

Setiawan, W. (2017). ERA DIGITAL DAN TANTANGANNYA. *Jurnal UMMI*.

Tamim, Z. (2018). PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA. *e – Jurnal Riset Manajemen UNISMA*.

Welta, F. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) SURYA BAROKAH. *I-Economic*, 3(2).

## SKRIPSI

Afandi, R. F. (2021). PENGARUH DIGITALISASI, *E-CRM*, *COORPORATE IMAGE* DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR KAS TULUNGAGUNG *TRADE CENTER* (EKS BRI SYARIAH). *INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG*.

Agustia, T. (2018). PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BMT EL- MUNAWAR MEDAN. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA*.

Azizah, U. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PRODUK TABUNGAN FAEDAH BRISYARIAH iB (Survei pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga). *INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO*.

Cahyani, N. K. (2021). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *E-CHANNEL* DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BSI KCP PONOROGO. IAIN PONOROGO. Ihsan, H. H. (2020). PENGARUH DIGITAL *MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KHALIFA MUSLIM WEAR. IAIN SYEKH NURJATI CIREBON.

Lesmana, E. (2021). ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, KUALITAS PELAYANAN DAN LINGKUNGAN PELAYANAN (*SERVICECAPE*) TERHADAP LOYALITAS NASABAH. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH,.

Putri, V. M. (2019). PERENCANAAN STRATEGI DIGITAL PADA BMT AL-MUJAHIDIN. *UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA*.

Roslina. (2021). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP GUNUNG TUA. IAIN PADANGSIDIMPUAN.

Slamet. (2013). PENGARUH *CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT CABANG MALANG. UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG.