

DAFTAR RUJUKAN

- Adoe, V. S., Permadi, I., Herawaty, M. T., Lutfi, Suhendra, A. D., Riswandi, R., Zahra, & Randikaparsa, I. (2024). *Buku Manajemen Penjualan & Kewiraniagaan*. Cv. Science Techno Direct.
- Ahsanah, D. N., Syahbudi, M., & Syakir, A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Mobile Banking Muamalat Din Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kcu Medan Baru. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(5), 1–17.
- Alsokkar, A. A. M., Law, E. L. C., Almajali, D. A., Al-Gasawneh, J. A., & Alshinwan, M. (2024). An Indexed Approach For Expectation-Confirmation Theory: A Trust-Based Model. *Electronic Markets*, 34(12), 1–17. <https://doi.org/10.1007/S12525-024-00694-3>
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (The Effect Of Service Quality And Product Quality On Bank Customer Satisfaction). *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(02), 133–140.
- Ardiasyah, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia*. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Augustian, R., & Handayani, S. S. (2024). Persepsi Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 4(2), 467–480.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *Mis Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Bi.Go.Id. (2025). *Bi-Rate Tetap 4,75%: Mempertahankan Stabilitas, Mendorong Pertumbuhan Ekonomi*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_2727425.aspx
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (1st Ed.). Cv Irdh.
- Ci, A. M., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *Jurnal Up Batam*.
- Desfitriady, Afifah, W. N., & Ikrimah, A. L. M. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Jpekbm (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen)*, 7(2), 125–136.
- Ely Mulyati, S.T., M. T. M. R. A., Suryaningsih, S.E., M.M. Sri Maryati, S.St.,

M.

Kes. Leni Gustina, S.E., M. M., Pilifus Junianto S.S, M.M. Kiki Helencia, S.E., M. M., Linda Prasetyaning Widayanti, S.Km., M.Kes. Dr. Hwihanus, S.E., M.M., C., & Dr.Ir.La Ode Muhamad Nurrahmad Arsyad, S.T., M.T. Sri Hidayati L, S.Km., M. K. (2024). *Pengantar Spss: Teori, Implemetasi, Dan Interpretasi* (1st Ed.). Cv. Gita Lentera.

Jihadi, J. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Wilayah Jakarta Selatan)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.

Muarofa, S. L. (2025). *Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Bank Umum Syariah Di Tangerang Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Mutmainah, M. I. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda* (1st Ed.). Penerbit Lakeisha.

Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Di Kota Depok). *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63.

Nur, M., Agus, E., & Novia, R. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Kediri). *Neraca Manajemen Ekonomi*, 1(11).

Ojk. (2018). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 /Pojk.03/2018*.

Ojk. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2023*.

Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal Of Marketing Research*, Xvii, 460–469.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality. *Journal Of Service Research*, 7(X), 1–21. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>

Puspitasari, D. S., & Nuryani, H. S. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan Dan Fitur Aplikasi Wondr By Bni Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1), 2844–2859.

Putri, W. A. (2025). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap*

Kepuasan Nasabah Pengguna Bsi Mobile Banking Pada Bsi Kcp Sidrap.
 Institut Agama
 Islam Negeri.

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (1st Ed.). Uin Khas Press.

Sanajaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.

Shukla, A., Mishra, A., & Dwivedi, Y. K. (2025). Expectation Confirmation Theory. *Theoryhub Book*.
[Http://Istheory.Byu.Edu/Wiki/Expectation_Confirmation_Theory](http://istheory.byu.edu/wiki/Expectation_Confirmation_Theory)

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (19th Ed.). Penerbit Alfabeta.

Wahyudi, Avianti, W., Martin, A., Jumali, Andriyani, N., Prihatiningsih, D., & Al, E. (2023). *Metode Penelitian (Dasar Praktik Dan Penerapan Berbasis Ict)* (1st Ed.). Pt. Mifandi Mandiri Digital Hak.

Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Al-Amwal*, 10(2), 295–314.

Wardhana, A. (2024). *Service Quality & E-Service Quality In The Digital Edge – Edisi Indonesia* (1st Ed.). Eureka Media Aksara.

Wati, N. K., & Fiona, F. (2026). Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Promosi Penjualan, Pengalaman Pelanggan Dan Kualitas Sistem Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *Jambura Economic Education Journal*, 8(1), 224–241.

Wati, R. T., & Jatmiko. (2025). Pengaruh Experience Quality Dan Price Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Event Kecantikan Di Dki Jakarta. *Journal Of Innovative And Creativity*, 5(3), 12603–12619.