

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Dewi, Siti, W. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 355.
- Abi, S. (2018). Pengaruh Customer Intimacy dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Konsumen di Gerai Pro You. *Tesis*, 21.
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Anggrenita, E., & Sander, O. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention yang Dimediasi Customer Trust Produk MS Glow. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 143.
- Anggriawan, F., Widodo, D., & Kartini, T. (2015). Customer intimacy. *Paper and Print Focus, AUTUMN*, 24–25.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). *Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R*. 6(1), 1–13.
- Arnita, N., Yarmunida, M., & Sumarni, Y. (2023). Pengaruh Self Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Study Kasus Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 72–80.
- Aswidar, R., & Saragih, S. Z. (2022). Karakter Religius, Toleransi, dan Disiplin pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Imiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(1), 134.
- Damri. (2020). Pengaruh Strategi Customer Bonding Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) tbk (Studi pada Nasabah Taplus Bisnis Kantor Cabang Pekanbaru). *Menara Ilmu*, XII(80), 1–15.
- Dari, A. W., & Saputra, S. (2022). Pengaruh Pengelolaan Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management), Nilai Yang Dirasakan (Perceived Value), Kualitas Yang Dirasakan (Perceived Quality), Dan Kepuasan (Satisfaction) Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Di Kota Batam. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1186–1202.
- Fatriani, R. (2018). Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia. *Ensiklopedia Of Journal*, 1(1), 218–224.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harianto, H., Mulyani, H. T. S., & Oktalina, G. (2021). Pengaruh Persepsi

- Kemudahan Penggunaan (Ease of Use), Kenyamanan (Convenience), Kepercayaan (Trust) Dan Ketersediaan Fitur (Feature Availability) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Klikbca (Studi Kasus Pada Nasabah Bank C. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan (JABK), STIE_IBEK*, 8(2), 37–47.
- Hasibuan, A. (2023). Pengaruh Marketing Mix dan Self Service Technology terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Huda, M. (2020). the Effect of Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction and Customer Bonding on Customer Loyalty At Bank Bri Syariah Kcp Panda'an Pasuruan. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(02), 244.
- Jannah, R., Islam, U., Alauddin, N., Indonesia, B. S., & Mikro, U. (2022). *Madinah : Jurnal Studi Islam*. 09, 143–156.
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896–902.
- Mulatsih, B. (2020). Penerapan Aplikasi Google Classroom, Google Form, Dan Quizizz Dalam Pembelajaran Kimia Di Masa Pandemi Covid-19 Application of Google Classroom, Google Form and Quizizz in Chemical Learning During the Covid-19 Pandemic. *Edisi Khusus KBM Pandemi COVID*, 5(1), 19–35.
- Mulyadi, M. (2020). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Nafiah, N., & Pratama, A. A. N. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Transformatif*, 5(2), 177–190.
- Novita, Y., Setiawan, A., & Umar, A. U. (2021). *Kepuasan Sebagai Mediasi Pengaruh Service Quality Dan Customer Intimacy Terhadap Loyalitas Nasabah*. 7(September 2021), 1–18.
- Nurlani, M. (2022). Meirina Nurlani, Pembaharuan Sistem Perbankan Syariah Indonesia dalam Menghadapi Arus Ekonomi Global, Halaman 173-187 PPembaharuan Sistem Perbankan Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Arus Ekonomi Global. *ISSN Online*, 20, 2022.
- Pratiwi, A. R. (2020). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41–50.
- Pratiwi, A. R. (2022). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8.5.2017, 2003–2005.

- Purnomo. (2022). *Analisis Data Multivariat, Jawa Tengah: Omera Pustaka.*
- Ramadhani, N., & Imanda Firmantyas Putri Pertiwi. (2023). The Influence of Self Service Technology, Customer Intimacy and Customer Delight on Customer Lotalty With Customer Bonding as An Intervening Variable. *Social Science Studies*, 3(2), 144–164.
- Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu.* Erlangga: Jakarta.
- Retnawati, H. (2017). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *JMB (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 1(1).
- Rizky, I. M., Mulyatini, N., & Herlina, E. (2021). *Pengaruh Customer Bonding Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pedagang Pengecer CV Prima Rasa Abadi Tasikmalaya di Wilayah Kecamatan Ciamis).* 3, 56–68.
- Rosyidah, N., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’S Di Surabaya). *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 14–27.
- Rumilang, L. R. (2020). Pengaruh Self Service Technology terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Praya). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79.
- S. Siregar, R. P. (2023). *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam.* 4(2), 114–128.
- Safiah, S., & Kuddy, A. L. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening. *JUMABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)*, 5(1), 1–13.
- Saragih, M. G., & Astuti, D. (2021). Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 219–225.
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77.
- Setiansye, I., & Guritno, A. (2023). Analisis Pengaruh Customer Intimacy, Ambient Conditional Dan Interactional Justice Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 146.
- Setiawan, A., & Arini, E. (2022). Pengaruh Strategi Customer Bonding Terhadap

- Loyalitas Nasabah Pt. Bank Syariah Adam. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 3(1), 49–56. www.jurnal.umb.ac.id
- Siska, Rahmawati, D. N., & Ilham. (2023). *Pengaruh Customer Intimacy , Customer Experience , Customer Satisfaction , Dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas*. 23(1). 23(1).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyaningsih, N., & Thanul, S. (2021). Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaruan Hukum Islam*, 24(1), 37–38.
- Suprpto, R. E. hari, & Setyawardani, R. D. (2023). Self Service Technology, Kualitas Layanan Jasa, Pemasaran Hubungan (Relationship Marketing) terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Bank BCA KCP Kupang Jaya Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 223–246.
- Suwarno, & Lim, R. R. (2021). Perancangan Sistem Kasir Layanan Mandiri Berbasis Web Pada Supermarket Bless Dengan Metode Sdlc. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences (CoMBInES)*, 1(1), 860–873.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tamaruddin, Firdaus, A., & Endri. (2020). Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 5(2), 1–15.
- Tambunan, N., Fitri Wulandari, A., Pangesti, A. N., Anggraini, A., Tunnaja, S., Dewi Gita, A., & Rusmarhadi, I. (2023). Berita Utama Tentang Error Service Di Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Community Development Journal*, 4(2), 5096–5098.
- Trisela, I., & Pristiana, U. (2020). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*, 5(2), 83–106.
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tomang). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51.
- Ummi, R., & Muhlasin. (2021). Peran Mediasi Commitment, Islamic Customer Intimacy Dan Kepuasan Dalam Hubungan Kepercayaan Terhadap Loyalitas. *Balanca : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(01), 55–62.

- Vitram, K. L., Rasa, M. I., & Harto, S. (2023). Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah. *Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 44–54.
- VJZMachmoed, Jarzal Zendling Machmoed, V., H V Joyce Lopian, S. L., & Gunawan, E. M. (2022). Does Technology Matter in the World of Loyalty? Research of Self Service Technology and Customer Loyalty (Case Study : Burger King Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 498–510.
- 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.
- Wicaksono, B. S. (2019). Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah , Dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk . Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(2), 1–10.
- Wismantoro, Y. (2016). *Pengaruh Self-Service Technology (ISST) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas: Dengan Mediasi Relational Benefits*. 1(1), 60–69.
- Wiyono, W. (2021). Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Cakrawala Hukum*, XII(01), 65–73.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.