

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2020). Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Customer Relationship Management Dan Kepercayaan (Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 47–60.
- Aisyah, N., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Islamic Branding Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 1–9.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Islamic Sciences, Sumenep*, 1, 70–89.
- Anugerah, R. O. A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt Agung Anugerah Motor Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(3), 766–784.
- Atmaja, P. D., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 258.
- Baihaki, F. R., Rahma, T. I. F., & Nasution, J. (2023). Pengaruh Islamic Branding Dan Islamic Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Dengan Customers Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1528–1544.
- Caesar Pradata, K., Puryandani, S. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Service Performance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Jateng Cabang Purbalingga). *Jurnal Magisma*, X(1), 91–106.
- Damayanti, A. Y. R. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening PT. Nasmoco Abadi Motor Karanganyar (Studi pada pelanggan yang menggunakan jasa bengkel PT. Nasmoco Abadi Motor Karanganyar. 1–12.
- Diana Mutiara. (2023). Pengaruh Islamic Branding, dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Anggota Bmt Hasanah Ponorogo). *Jurnal : Electronic Theses, vol.1(no.2)*, hal.2.
- Ernayani, R. (2023). Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1501–1508.
- Febrianto, A., & Nurianti, U. (2023). Stategi Pemasaran Produk Tabungan

- Mudharabah Mutlaqoh Melalui Relationship Marketing pada Bank Jatim Capem Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 268–274.
- Febriyanti, S. (2021). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Atas Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Di BSI KK Tulungagung (eks BRI Syariah)*. 13(79), 79–87.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 26.
- Huluk, H., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Cabang Jombang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 287–299.
- Idrus, F. H. Al, Machmud, R., Juanna, A., & Gorontalo, U. N. (2024). Pengaruh Relationship Marketing Dan Service Quality Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kc Gorontalo Terhadap Bank Muamalat Kantor Cabang Gorontalo *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 143–154.
- Ikraman, & R.Syah, T. Y. (2019). The Influence of Relationship Marketing, Service Quality, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Over B2B Companies. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 3(5), 384–405.
- Ilham, M., & Firdaus. (2020). Analisis Hubungan Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Swalayan Al-Baik TanjungPinang). *Perada*, 3(1), 29–48.
- Imam, M. (2020). Imam Mahfud. Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia, 3, 15–27.
- Jaya, T. J. (2020). Branding Perbankan Syariah Melalui Produk-Produk Pendanaan. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 69–80.
- Joseph J. Mamahit, James D. D. Massie, I. W. J. O. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (Crm), Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Wifi Indihome (Studi Kasus Perumahan Alandrew Permai Manado). *Emba*, 10(2), 124–134.
- Khairunnisa, G., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religius Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bsm Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(3), 225–236.
- Kompaspedia.id. (2022). *Profil Kabupaten Magelang*. Kompasprdia.Id. <https://kompaspedia.kompas.id/label/profil-kabupaten-magelang>
- Kurniyawati, E., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142.
- Lestari, D., & Maimunah, E. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Usaha Ternak Ayam Petelur. 06(01), 6343–6350.

- Liana, Y., Putri, I., Diarti, T., & Priyo, D. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Shopee. *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 77–85.
- Lida, U. M., Kudus, I., & Kudus, I. (2024). *Islamic Branding , Word of Mouth , dan Harga terhadap Customer Loyalty Buya di Kudus*. 2(1), 84–96.
- Madjid, R., Lisapaly, D. C. E., & B, B. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. 66 Advertising Kendari*. 1, 53–71.
- Maulida. (2020). *Teknik Pengumpulan Data Dalam Metodologi Penelitian*. 21.
- Muhammad, R., Hamid, M. A., Suryani, R., & Lasmiatun. (2023). *Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Moderasi*. 07(02), 1–8.
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53.
- Nisa, F. D., Arumsari, N. R., & Karatri, R. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Bkk Cabang Dawe. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 4(1), 43–59.
- Nugraha, R. F., & Riani, A. L. (2023). *Pengaruh Homesickness Terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Jateng Dan DIY*. 3, 204–215.
- Nugraha, R. I. C., & Solekah, N. A. (2021). Antecedent Loyalitas Nasabah : Islamic Branding, Kualitas Layanan dan Kepercayaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(2), 283–296.
- Nur, L. Z., Prihartini, E., & Alviani, R. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Klinik Kecantikan dr. Amalia Di Sumedang). *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 378–390.
- Nurjannah, A., Junaidi, H., & Maulana, C. Z. (2023). Pengaruh Syariah Compliance dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palembang Sudirman. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 148.
- Nurudin. (2023). *The Influence of Islamic Branding and Online Cunsomer Review on Purchase Decisions for Rabbani Hijab Products Pengaruh Islamic Branding dan Online Cunsomer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Rabbani*. 3(1).
- Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Comporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3423–3433.
- Oktaviani, C., Sintia, I., Panorama, M., & Salsabila, S. (2022). Pengaruh

- Islamic Marketing Mix, Service Quality dan Customer Value terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 691–708.
- Parsana, D. N. W. D., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Peran Customer Satisfaction Memoderasi Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty (Studi pada PT. Bank BRI Cabang Gatot Subroto Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1656.
- Pratama, D. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Tambun, Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 94.
- Pratama, M. Y., & Warsitasari, W. D. (2022). Relationship, Layanan Mobile Banking, Dan Service Performance Bank Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 47–59.
- Putri, A. A. I. M. V., & Purnami, N. M. (2019). Peran Kepuasan Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mega Cabang Sunset Road Kuta. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4357.
- Putri, S. A., & Nasution, S. M. A. (2023). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. 2(3).
- Qurohman, T., & Futaqi, F. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Islamic Branding Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Minasshofa Celluler Ponorogo Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. D(2), 1–17.
- 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).
- Riyanto, J., & Muchayatin. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang. *Jimak*, 2(1), 2809–2406.
- Rofiqo, A., Addinata, V. H., & Sari, D. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–11.
- Rokhilawati, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Mudharabah Di Bmt Nusantara Cabang Glenmor. *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 1–11.
- Rosanti, Y., Irawan, I., & Putra, M. D. T. (2021). Tantangan dan Strategi Customer Relationship Marketing dengan Prinsip Cleanliness, Health, and Safety (CHS) dalam Upaya Pemulihan Ekonomi di Kawasan *Prosiding Konferensi Nasional*, 1177, 1–12.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244.

- Santoso, S., & Febriadi, Y. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Korporat Pada Penggunaan Layanan Pengiriman Surat Dan Paket Di Kantor Pos Bengkulu 38000. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12, 1–15.
- Sari, A. W., & Susilo, E. (2023). *Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk Dan Halal Lifestyle Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Busana Muslimah Merek Nadheera Luxury Di Kabupaten Jepara*. 2(02), 1–8.
- Sianipar, G. J. ., Hutagao, S. M. S., & Simanjuntak, A. N. (2023). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Yang Pernah Menghadapi Di Hotel Kabupaten Samosir*. 23(17), 206–212.
- Siburian, B., Aprida, B., Sinaga, P. T., Tinggi, S., & Jayakarta, I. E. (2022). Peranan Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Bagi Pengusaha Mikro. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(2), 280–292.
- Simanjuntak, D., Silalahi, S. P. R., & Sitohang, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran merek dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumut Medan. 1, 31–41.
- Sofia, S., Ashar, N. N. Z., & Rahayu, A. (2023). Pengaruh Relationship Marketing dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pada PT Telkom Indonesia di Kota Sorong. *Journal of Economics and Management (JECMA)*, 5(1), 59–73.
- Sriwijaya, U. (2023). *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi dan Teknologi Volume 1, No 1 – Agustus 2023*. 1(1), 17–25.
- Sriyana, Widiana, M. E., Balatif, M., & Haryono. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Realtionship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(10), 2461–0593.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika Untuk Penelitian*.
- Susilo, P. P. (2023). *Pengaruh Islamic Service Quality Dan Islamic Branding Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*.
- Syahputra, M. H., Mico, S., Si, M., Dimyati, L., & Si, M. (2023). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Pelanggan Pada Nabil Mulia Motor Pagar Alam*. X, 473–482.
- Syakura Ila Robbi. (2021). *Pengaruh Islamic Branding Dan Islamic Servicequality Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Dengan Customers Sastisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat Indonesia Yang Berdomisili Wilayah Jakarta Selatan)*.
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi di Bank Syariah. *Jurma : Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 158–171.

- Wahyuni, S., & Ismalisa. (2023). *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah*. 3(21), 263–268.
- Werdi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16.
- Yuliati, L., Rohmah, F. N., & Sofianti, S. P. D. (2023). Preferensi Masyarakat Desa dan Kota Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Jember. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 11–21.