

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, R. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada PT AHM di Kota Bandung Tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2).
- Al Zulhijjah, M., & Muhammad, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Banjarmasin. *BIMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 99-106.
- Alfian, A., & Wendrita, A. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Kendaraan Bermotor Pada Pt. Asuransi Bumi Putra Muda Padang. *Jurnal Economina*, 2(1). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.285>
- Arikunto, S. (2014). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Penelitian. In *Rineka Cipta*.
- Avkiran, N., & Ringle, C. (2018). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance. In *Handbook of Market Research*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71691-6>
- Bareisis, Z., & Latimore, D. (2014). Defining a digital financial institution: What 'digital' means in banking. *Celent Industry Trends*.
- Becker, J. M., Klein, K., & Wetzels, M. (2012). Hierarchical Latent Variable Models in PLS-SEM: Guidelines for Using Reflective-Formative Type Models. *Long Range Planning*, 45(5-6). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.10.001>
- Chaffey, D. (2014). Digital Marketing Trends 2015. *Slide Share, February*.
- Dahmiri, D. (2020). model of the influence of service quality and marketing experience on customer satisfaction with brand equity as an intervening variable in bank jambi indonesia. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 3(2). <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v3i2.9699>
- De Leaniz, P. M. G., & Del Bosque Rodríguez, I. R. (2016). Corporate Image and Reputation as Drivers of Customer Loyalty. *Corporate Reputation Review*, 19(2). <https://doi.org/10.1057/crr.2016.2>
- Dendawijaya, L. (2015). Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia. *Jurnal Akuntansi*.
- Ferdinand, A. (2011). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan disertai Ilmu Manajemen. In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(September).
- Figri, A. F., & Octavia, A. (2022). Dampak E-Service Quality, E-Trust Dan Persepsi Resiko Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi E-Satisfaction Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Dimasa Pandemic Covid-19 Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(03). <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i03.15332>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. In *Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Second Edition. In *California: Sage*.
- Hair, Joe F, Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. In *European Business Review* (Vol. 26, Issue 2). <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, Joe F, Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An Assessment of The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3). <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>
- Hayati, I., & Siregar, Y. Y. Y. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang

- Bulan Medan). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 234-250.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). Using Partial Least Squares Path Modeling in Advertising Research: Basic Concepts and Recent Issues. *Handbook of Research on International Advertising*, January, 252–276. <https://doi.org/10.4337/9781781001042.00023>
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Woran, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42488>
- Iskandar. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Masa Covid 19 pada Bank Syariah Indonesia. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.134>
- Johnson, P. (2022). Book Review: The Digital Youth Network: cultivating digital media citizenship in urban communities. *Journal of Media Literacy Education*. <https://doi.org/10.23860/jmle-7-2-9>
- Joreskog, K. G., & Goldberger, A. S. (1975). Estimation of a Model with Multiple Indicators and Multiple Causes of a Single Latent Variable. *Journal of the American Statistical Association*, 70(351), 631. <https://doi.org/10.2307/2285946>
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital | Philip Kotler,. In *Book*.
- Kotler. (2013). Manajemen Pemasaran Jilid 2. In *Penerbit Erlangga*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01).
- Kusmayadi, D., Firmansyah, I., & Hermansyah, I. (2021). Islamic Insurance on Research: Bibliometric Analysis. *Library Philosophy and Practice*, 2021.
- Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10-24>
- Lestiana, F., & Irawan, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Balam Jaya Pada Kantor Kecamatan Way Kenanga Kabupaten Tulang Bawang Barat. *GEMA: Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 99-108.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3. *Penerbit Salemba*.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *INOVATOR*, 7(1). <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Marlina, A., & Humairah, F. (2018). Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus PT. Bank Tabungan Negara Syariah). *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 6(2), 37-44.
- Maryati, Darna, N., & Muhidin, A. (2020). Pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki Singaparna). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2.
- Mittal, S., Joshi, D., & Lin, S. L. (2016). Digital Banking New Avatar – Banks Watch Out for Banks. In *DBS Asian Insights* (Issue September).
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Muqorobin, M. M., Anggraini, A., Rahmawati, A. D., Yohanes, D., & Ifkarina, F. D. (2021).

- Pengaruh Open Banking berbasis Open API terhadap Eksistensi Perbankan. *MAKSIMUM*, 11(2). <https://doi.org/10.26714/mki.11.2.2021.75-84>
- Musnaini, M. (2020). Hubungan Konstruksi Servicescape Dan Kepuasan Konsumen Coffe Shop Di Kota Jambi. *Competence: Journal of Management Studies*, 13(1). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i1.6821>
- Nadya, N. A., Yacob, S., & Fatricia, R. S. (2018). Model of Customer Re-Intention: A Perspective Of Experiential Marketing and Customer Satisfaction. *Journal of Business Studies and Management Review*, 2(1), 59-65.
- Nicoletti, B., Nicoletti, W., & Weis, A. (2017). *Future of FinTech*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Oktaviani Satriyanti, E. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 2(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v2i2.172>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1). <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Q, N. L., & Suryoko, S. dan S. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel Ahas 0002 Semarang Honda Center. *Social and Politic Diponegoro - Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strat. Meningk. Kep. Plg*. Gramedia Pustaka Utama.
- Reinartz, W., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). An Empirical Comparison of The Efficacy of Covariance-based and Variance-based SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26(4). <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2009.08.001>
- Saputro, W. A. (2020). Pengaruh Digital Marketing Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2).
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, 1–40. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Sarwono, J. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. In *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Seftiani, R. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Brand Preference dan Implikasinya Terhadap Minat Loyalitas (Studi pada konsumen The Body Shop di kota Semarang). *Universitas Ekonomika Dan Bisnis*.
- Setiawan, D., & Masdupi, E. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus Bni Cabang Solok. *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 5(2).
- Simamora, H. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia In Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara* (Issue April).
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 7(1). <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).

- Sugiyono. (2017). Sugiyono, Metode Penelitian. *Penelitian*.
- Supranto, J. (2000). Statistik teori dan aplikasi jilid 1 / oleh J. Supranto. *Statistik Teori Dan Aplikasi Jilid 1 / Oleh J. Supranto, 2000*(2000).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. *Yogyakarta: Andi*.
- Triyadi, T., Amelia, R. W., & Khoir, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon TBK Cabang Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(4). <https://doi.org/10.32493/jee.v3i4.11289>
- Turrida, S., & Dianita, I. A. (2022). Perancangan Road To Idcloudhost 8th Anniversary Campaign Sebagai Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 266-277.
- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan pada Pelanggan Usia Muda. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(1).
- Wolfinbarger, M., & Gilly, M. (2000). Consumer Motivations for Online Shopping. *AMCIS 2000 Proceedings*.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1).
- Zhang, Y. (2009). A Study of Corporate Reputation's Influence on Customer Loyalty Based on PLS-SEM Model. *International Business Research*, 2(3). <https://doi.org/10.5539/ibr.v2n3p28>