

## DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F. (2016). *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalan University Press.
- Anggoro, M. L. (2018). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Apriyanti, P., & Surya, D. (2017). Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JJRBMT)*, 1(2), 159-166.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, E. D. (2011). *Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan pada Swalayan Anea Jaya Bola*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Artha, C. M. (2020). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Internet Banking Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo*. Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Barnes, J. G. (2018). *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Cheng, B. L., & Rashid, Z. A. (2013). Service Quality and the Mediating Effect of Corporate Image on the Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(2), 99-112.
- Dewi, I. T. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer *Experience*) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat. *Jurnal Ecobisma*, 3(1), 93-103.
- Erlina, & Mulyani, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan: USU Press.
- Fahrudin, A. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fasochah, & Hartono. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Study pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*.

- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1, 1-7.
- Gaffar, V. (2017). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation: Edisi Terjemah*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hijjah, R. (2016). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Management Analysis*, 282-298.
- Irawan, H. (2015). *Customer Satisfaction*. Yogyakarta: BPFE.
- Ismanto, K. (2016). *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jasfar, F. (2019). *Manajemen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kasali, R. (2018). *Manajemen Public Relation & Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: Griffin.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Lady. (2021). Pengaruh Pengalaman Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah PERbankan Kota Batam Melalui Saluran Teansaksi Luring-Daring. *JESYA Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 1203-1214.
- Manullang, M. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integratif Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 30(3), 709-734.
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2002). What Trust Means In E-Commerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology,. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35-59.
- Moven, J., & Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J., & Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Normasari, S., & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1-9.

- Pramudita, Y. A., & Japarianto, E. (2013). Analisis Pengaruh Customer Value dan Customer *Experience* terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-14.
- Prastyaningsih, A. S. (2014). Pengaruh Customer *Experience* terhadap Repurchase Intention (Survey pada Konsumen KFC di Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-11.
- Priyatno, D. (2018). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Randheer. (2012). Multidimensional Issue of Brand Image. *International Review of Business and Sosial Sciences*.
- Ricadonna, N. A. (2021). The Effect of Trust and brand image on Customer Retention with Customer Loyalty as Intervening Variables to Customers of Sharia Commercial Banks. *Journal of Finance and Banking*, 25(2).
- Rizal, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 471-482.
- Santoso, S. (2014). *Panduan Lengkap SPSS Versi 22*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2018). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Seftiani. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung)*. Lampung: FEBI UIN Raden Intan.
- Senjaya, V. (2018). Pengaruh Customer *Experience* Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Cafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1-16.
- Soemirat, A. (2018). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suarsi. (2019). *Analisis Pengaruh Customer Experience dan Customer Value terhadap Customer Satisfaction pada Starbucks di Kota Makassar*. Makassar: UIN Alauddin.
- Sudarso, A. (2017). *Manajemen Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, H., & Umam, K. (2017). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

- Suwarman, U. (2018). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tasmara, T. (2018). *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani.
- Thamrin, G., Bernarto, I., & Kawayu, Y. (2020). The Influence of Trust, Satisfaction, Value, and Brand Image on Loyalty. *Bisma: Bisnis dan Manajemen*, 12(2), 168-185.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah ekonomi Islam*, 7(2), 1101-1106.
- Utami, C., & Gafur, A. (2023). The Influence of Trust, Convenience and risk on the Decision of the people of south Banjarmasin to use the shopee paylater payment method on the shopee arketplace. *Jurnal Economina*, 3511-3521.
- Valenzuela, F. A. (2006). Trust and Commitment as Mediating Variables in the Relationship Between Satisfaction and Hotel Guest Loyalty. *Panorama Socioeconomico*, 24(32), 18-23.
- Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh Customer *Experience* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1-15.
- Zulfa, M. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jawa Tengah*. Program Pascasarjana Universitas Airlangga.