

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Sugiyono, Prof. D. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung. www.cvalfabeta.com.
- Kotler, P., Katajaya, H., & Setiawan, I. (2017). MARKETING 4.0 Moving from traditinal to Digital. Simultaneously in Canada.
- Sundari, Dr. Eva. SE., MM., C.R.B.C. (2021). Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru). Penerbit Adab. Indramayu.
- Tunjungsari, Dr. H. K., Nuryakin, R. A., & Ilham, R., (2025). Customer Experience 5.0 : Meningkatkan Loyalitas di Era Digital. Takaza Innovatis Laba.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H (1999). *The Experience Economy: Work is theatre & every bussiness a stage*. Harvard Bussines Press.
- Suryanto, A., & Berlianto, M. P. (2022). Pengaruh Bank Experience Terhadap Brand Equity Bank Bca.
- Kusuma, Dr. Sitta., (2025). Management : Membangun Loyalitas di Era Ekonomi Digital. Takaza Innovatis Laba.
- Hie, Dr. P. B. MBA., Tranformasi Digital Bank Indonesia Konsep Praktek dalam Memimpin Transformasi Total. (2021). Media Nusa Creative. Malang.

Jurnal

- Anam, M. Y. (2024). Pengaruh E-Servqual Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Trust Sebagai Mediasi.
- Salma, S. (2020). Strategi Corporate Image Dalam Pemasaran Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing Berdasarkan Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus UD. Roti Irvan Bakery Kec. wua-wua, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari
- Meyer, C., & Schwager, A (2007). Understanding Customer Experience. Harvard Businesses Review, 85(2), 116.126.
- Deni Krisyanto & Ayu Ekasari. (2024a). Pengaruh Customer Experience Management Terhadap Customer Loyalty. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif, 2(3), 99–110. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.383>

- Anandita, H. (2023). Pengaruh Customer Experience, Benefit Offered, Dan Word Of Mouth Terhadap Reuse Intention Of Mobile Banking Melalui Customer Trust.
- Manunggal, D. R. (2023). Pengaruh Service Quality, Corporate Image, Dan Trust Terhadap Customer Satisfactin Pada PT Andalan Pacific Samudra.
- Kennedy, S. H. (1977). Nurturing Corporate Image. *European Journal of Marketing*, 11(3), 119-164.
- Nguyen, N. & LeBlanc, G. (2001). Corporate Image and Corporate Reputation In Customer's Decisions In Services. *Journal of Retailing and Consumers Services*, 8(4), 227-236.
- Dowling, G. R. 2002). *Creating Corporate Reputations: Identity, image, and performance*.
- Ardani, W. (2022). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Dengan Implementasi Corporate Social Responsibility Dan Corporate Image. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 2(4), 470. <https://doi.org/10.32493/jism.v2i4.25513>
- Atmojo, S., & Wijayanti, A. (2022). Pengaruh Digitalisasi Layanan Perbankan Dan Customer Experience Terhadap Ekonomi Kreatif Yang Dimoderasi Peraturan Bank Indonesia Selama Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 6(2), 29–42. <https://doi.org/10.52447/jam.v6i2.5515>
- Chantena, D. R., & Wulandari, N. (2023). Pengaruh Digital Banking, Customer Experience Terhadap Financial Performance (Studi Kasus Bank Central Asia). *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 1(2), 543–552. <https://doi.org/10.35384/jamie.v1i2.470>
- Deni Krisyanto & Ayu Ekasari. (2024). Pengaruh Customer Experience Management Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 99–110. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.383>
- Hayati, D., & Budiati, P. L. (2019). Peranan Corporate Image Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT L'oreal Indonesia Cabang Banjarmasin.
- Kartika, C., Yusuf, Y., Hidayat, F., Krinala, E., Fauzi, S. N., Sari, A. P., Firmansyah, E., & Wahyudi, W. (2020). Pengaruh Religiusitas, Trust, Corporate Image, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri di Surabaya. *Develop*, 4(2), 53–82. <https://doi.org/10.25139/dev.v4i2.2803>

- M. Dayat, Sudarmiatin Sudarmiatin, Budi Eko Soetjipto, & Cipto Wardoyo. (2023). Systematic Literature Review: "Service Innovation And Customer Experience." *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 66–83. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1383>
- Ma, J. (2024). Research on the Impact of Service Recovery Strategies on Consumer and Firm Performance.
- Maulana, M. R., & Aulia, H. (2024). Eksplorasi Kualitatif Pengalaman Nasabah dengan Layanan Pelanggan Berbasis Artificial Intelligence (AI) di Sektor Perbankan. 1(2).
- Muthalib, D. A., Muthalib, Abd. A., Irfandy Azis, Muh., & Azis, Muh. I. (2023). Pengaruh Service Recovery Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sultra Cabang Utama Kendari. *At Tariiz : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(04), 241–258. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i04.811>
- Gronroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service. *Review of Business*, 9(3), 10-13.
- Michael, S., Bowen, D., & Johnston, R. (2009). Why Service Recovery Fails: Tensions among customer, employee, and process perspective. *Journal of Service Management*, 20(3), 253-273.
- Siagian, N. F., Pardede, H. D., Politeknik Bisnis Indonesia, Simarmata, H. M. P., & Politeknik Bisnis Indonesia. (2021). Pengaruh Service Recovery Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Bank Panin Kcu Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 410–417. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.249>
- Suminto, A., & Maharani, S. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality dan Corporate Image terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1). <https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i1.2013>
- Pradhita, R. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Butik Plus Gallery Medan*.
- Suryadi, D. (2020). Service Quality In Case: Kegagalan Layanan (Service Failure) Perbankan Syariah Dan Strategi Pemulihan Layanan (Service Recovery). *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21(1), 83–105. <https://doi.org/10.36769/asy.v21i1.100>

Vidaswari, M. P., & Sharif, O. O. (2023, Mei 10). Analysis Of The Effect Of Customer Experience Management Increasing Customer Loyalty at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Customer in Indonesia.

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. <https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5765>

Wihasto, H. (2024). Determinan Menggapai Nasabah Potensial Melalui Kesalahan Layanan Dan Pemulihannya (Studi Kasus Di 5 Kantor Cabang Syariah Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara).

Wiryada, H. G. (2023). QS. Az-Zalzalah Ayat 7 & 8: Kepuasan, Promosi, Pelayanan, Dan Loyalitas Konsumen.

Skripsi

S.Depari, Nanda Try Milinia. 2023. *Pengaruh Marketing Public Relation Dan Service Recovery Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)*. Skripsi. Medan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Univeraitas Medan Area.

Hakim, A. R. (2018). *Strategi Citra Perusahaan (Corporate Image) Pada PT. Bank Syariah Mandiri, Tbk*. Skripsi.