

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiyan, A. R. dan Basri. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image, Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah (Study Kasus Bank BRI KCP Unit Sidoarum). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 13(1)
- Alrubaiee, L., & Nahla, A.-N. (2010). Investigate the Impact of Relationship Marketing Orientation on Customer Loyalty: The Customer's Perspective. *International Journal of Marketing Studies* 2(1),155–174.
- Annual Report Bank Rakyat Indonesia, Tahun 2020.
- Arsyad, S. dan S. R. (2017). Pengaruh *Customer Relationship Marketing*, Keunggulan Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Riau Syariah Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi* (25), 47–65.
- Ashraf, S., Robson, J., & Sekhon, Y. (2015). Consumer trust and confidence in the compliance of Islamic banks. *Journal of Financial Services Marketing* 1(2). <https://doi.org/10.1057/fsm.2015.8>
- Banahene, S., Mensah, A.-A. and Abigail, A. (2018), The Impact of Customer Satisfaction on Loyalty in the Ghana Banking Sector: The Effect of Trust Mediation, *Advances in Social Sciences Research Journal* 5(12)
- Bara, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Keterikatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Bussines & Banking* 10(1) <http://dx.doi.org/10.14414/jbb.v10i1.1760>
- Basyir and Ramiasih, F. (2017), “Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Pada PD BPR Ciwaringin Kabupaten Cirebon)”, *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 12(2), 120–130.
- Bhat, S.A., Darzi, M.A. and Parrey, S.H. (2018). Antecedents of customer loyalty in Banking sector: A mediational study. *The Journal for Decision Makers* 43(2), 92–105.
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing* 37(1), 278–302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>
- Buttle, F. (2004). *Costumer Relationship Management Concepts and Tools*. Burlington: Butterworth-Heinemann
- Chan, S. (2013). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

- Drypen. 2008. *DAGMAR - Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results*. Retrieved from [drypen.in: http://www.drypen.in/advertising/dagmar-defining-advertising-goals-for-measured-advertising-results.html](http://www.drypen.in/advertising/dagmar-defining-advertising-goals-for-measured-advertising-results.html)
- Elianto, W. Y., Setyawati, S. M., Setyanto, R. P. (2019). Analisis Pengaruh Manajemen Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keterikatan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)* 21(4).
- Farida, T. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Investor Pada PT. Dana Reksa Medan. *Jurnal Imiah Manajemen dan Bisnis* 17(1), 102-126
- Faruq, U. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada PT. Patra Jaya Humairah Surabaya).
- Gaurav, K. (2016). Impact of relationship marketing on customer loyalty: Evidence from Indian Automobile Industry. *India Journal of Purushartha* 9(1), 4-17.
- Ghozali, I. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 25, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali I., dan Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Edisi 2. Semarang (ID). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2006). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Canada: Jhon Wiley & Sons, Inc
- Harun, H. (2011). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Pada PT Bank Muamalat Cabang Jambi). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* 3(1).
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Pilhan*. Jakarta: PT. Bukuseru
- Hasan, M. (2019), "Relationship Marketing and Customer Loyalty: Experience from Banking Industry of Bangladesh", *Journal of Organisational Studies and Innovation* 6(1), 18–32.
- Hurriyati, R., (2015), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung,. Penerbit Alfabeta
- Husein, U. (2015). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Irawan, (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Liberty.

- Javed, F. and Cheema, S. (2017), "Customer Satisfaction And Customer Perceived Value And Its Impact On Customer Loyalty", *Journal of Internet Banking and Commerce* 22(58), 1–15.
- Kurnia, N. H. (2017). Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan di BMT Al-Falah Sumber Cirebon. *Jurnal Ekonomi* 9(2), 272–286.
- Khotimah, C., Suharyono and Hidayat, K. (2016), "Pengaruh Relationship Marketing dan Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom, Tbk. STO Klojen Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 121–128.
- Kotler, P. (2008), *Manajemen Pemasaran. Edisi Tiga Belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 Dan 2*, Jakarta, Erlangga..
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2016), *Marketing an Introduction (12th Ed.; S. Wall, Ed.)*, Pearson Education Limited, London.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016), *Marketing Management, 15th. Edition*, Pearson Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- Logiawan, Y dan Dr. Hartono Subagio, M.M. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2(1), 1-11
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Jilid 2* Alih Bahasa Deni Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jakarta: Erlangga
- Lubis, A., Dalimunthe, R., Absah, Y., & Fawzee, B. K. (2020). The Influence of Customer Relationship Management. *Journal of Management and Marketing Review* 5(1), 84–92.
- Luhgianto, & Endang, K. (2016). Pengaruh Service Performance dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Konsumen dengan Experiential Marketing sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Minimarket di Kota Semarang). *Jurnal Fokus Ekonomi* 11(2), 13–36.
- Mahaputra, M R. (2017). Judul The Influence of Trust and Customer Value to Customer Satisfaction on Bank BRI Branch Soetomo Jambi. *Journal of Business and Management Studies* 8(2).
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran*. Edisi ke empat jilid I. Jakarta, Indeks.
- Martini, L. K. B. (2013). Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment and Customer Loyalty (Study at a National Bank in Denpasar). *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* 18(1), 9–25.
- Masadah, Asngadi, dan Singgih, T. C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten

- Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Masito, A. R. (2021). Pengaruh digital marketing dan customer relationship marketing terhadap loyalitas konsumen pada produk air minum cheers (studi PT. Atlantic biruraya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 9(2).
- Massingham, G. (2011). *Essential of Marketing Management*. UK: McGraw-Hill Education.
- Morissan.(2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mosallamy, D. E., dan Metawie, M. (2022). The Impact of Internet Banking at Times of Pandemic; Customer Experience, Satisfaction, Trust, Loyalty, E-service Quality and Bank's Financial Performance; An Application on Egyptian Public Banks. *Journal of Business and Management Sciences*. 10(2), 70-79. doi: 10.12691/jbms-10-2-3.
- Ndubisi, Nelson O. (2007). Relationship Marketing and Customer Loyalty. *Journal Marketing Intelligence and Planning* 25(1), 98 – 106.
- Nikmah, N. R. (2017). Hubungan Relationship Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi* 11(2).
- Omoregie, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A., & Ofori, K. S. (2019). Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry. *International Journal of Bank Marketing* 13(2), 798–820. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2018-0099>
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2020). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: The Mediation of Perceived Value of Services, Corporate Image, and Corporate Reputation. *International Journal of Bank Marketing* 38(2), 384–405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>
- Pradata, C. K dan Siti Puryandani. (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* 10(1).
- Piscesa, L.K. (2018). *Dampak Digital marketing terhadap loyalitas konsumen pada ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung*. Naskah Publikasi. Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung
- Prabowo, B. (2018). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Astra Surabaya”, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 8(2).

- Pratiwi, U., Suharyono, P., & Yusri, A. (2014). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Jatim Cabang Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis* 15(2), 1–9.
- Preacher, K.J., dan Hayes, A.F. (2004). SPSS And SAS Procedures For Estimating Indirect Effects In Simple Mediation Models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers* 36 (4), 717-731.
- Rahman, A. K. (2017). The Impact of Digital Marketing on Increasing Customer Loyalty (A Study on Dhaka City, Bangladesh). *Journal Economics, Commerce and Management* 5(4).
- Rahmawaty, A. (2011), “Pengaruh Service Performance, Kepuasan, Trust Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syari’ah Mandiri Kudus”, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 5(1).
- Ramadanti, D. (2022). Pengaruh Reputasi, Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada BSI KCP Rogojampi 2. *Jurnal Akuntansi* 2(1).
- Ratnasari, D., & Gumanti, T.A. (2019), “Relationship Marketing, Service Quality, Satisfaction, and Customers Loyalty of Bank Sharia Mandiri Banyuwangi”, *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 8(6), 7–10.
- Rofiqo, A. Vydika Harya A., Diyan N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan dan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah Di Ponorogo. *Journal of Islamic Banking and Finance* 1(1).
- Salimah, N. H. (2018). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, Customer Relationship Marketing terhadap loyalitas nasabah: Studi pada nasabah Bank Muamalat Indonesia* <http://etheses.uin-malang.ac.id/13906/%0Ahttp://etheses.uinmalang.ac.id/13906/1/14540056.pdf>
- Silvida, D. R. (2016). Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Honda Mobilio. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 4(1), 1–84.
- Smith, P. R., & Taylor, J. (2004). *Marketing Communication: An Integrated Approach* (4th ed.). London and Sterling: Kogan Page Limited.
- Sobel, M.E. (1982). *Asymptotic Confidence Intervals For Indirect Effects In Structural Equation Models*. Amerika: Indiana University
- Sucahyo, A. D. Achmad DH. Fauzi, & Zainul Arifin, (2013). Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Pemasaran Hubungan Pelanggan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas (Survei pada Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Mitra Usaha Rakyat Kantor Cabang Bojonegoro. *Jurnal Profit* 7(1).

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistian, Ogi. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuninan
- Suliyanto. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit andi.
- Synathra, V. and Sunarti. (2018), “Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan BCA Kantor Kas Sawojajar Kota Malang)”. *Jurnal Bussines & Markering* (2) 8.
- Swarjana, I. K. (2016). *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Swarsono, D. (2017). Analisis Efektivitas Iklan Berdasarkan Konsep AIDCA (Studi pada Iklan SMS Produk Telkomsel). *Jurnal Paradigma* 21(1), 71-77.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Cusoemer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing* Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books
- Winarti, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Iklan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bukopin di Daerah Setiabudi Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan* 2(2).
- Wulandari, S. Anak Agung Putu Agung, Ni Putu Nita Anggrain. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen The Bali Florist. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasarawati* 2(2).
- Yulisetiari, D. (2018), “The Effect of Relationship Marketing towards Costumer Satisfaction and Customer Loyalty on Franchised Retails in East Java”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*,7(1).
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. and Gremler, D.D. (2018), *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*”, *Seventh Edition.*, McGraw- Hill Education, New York.