

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahman Kadir dan Idayanti Syahriah Sari, “*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Danamon Indonesia,*” *Nucl. Phys.* 13, no. 1 (1959): 104–116.
- Achmad Kurniawan, Wahyu Hidayat, dan Sri Suryoko, “” *Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat (Studi Kasus Program Kemitraan Bank Jateng Pada SPT Bubakan)*” (2015): 1–11.
- Adiwarman Azwar Karim, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori dan Praktik* (Depok: Kencana, 2017), 1.
- Agustina Maya Saraswati,dkk. “*Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Klasifikasi Industri Agrikultur Di Bursa Efek Indonesia,*” *iBusiness* 06, no. 03 (2014): 1–103,
- Ahmad Rizal Fauzi, “*Analisis Experiential Marketing, Emotional Marketing Dan Relationship Marketing Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Sragen*” (2019): 1–155
- Ahmad Tanzeh, *Metodelogi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2013), hlm. 83
- Andjar Budi Wibawanti, Sri Untung, dan Yosi Pahala, “*Implikasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Pelabuhan Indonesia Ii,*” *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)* 4, no. 2 (2017): 223.
- Aziz Septiatin dan Helisia Krisdayanti, “*PEMBIAYAAN BERMASALAH PADA BPRS DI INDONESIA*” 8, no. 2 (2022): 180–196.
- Aziz Septiatin, Mawardi, and Mohammad Ade Khairur Rizki. *Pengaruh Inflasi dan Tingkat Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.* 2016

- Aziz Septiatin,dkk. “*Analisis Komparatif Stock Return dan Bid Ask Spread Sebelum dan Sesudah Stock Split Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2015-2019*. 8, no.2 (2022). hlm.26
- D Sundari, “*Pengaruh Emotional Marketing, Customer Experience Dan Spiritual Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BNI Syariah KC Bengkulu,*” *Skripsi Program St* (2020): 1
- D Sundari, “*Pengaruh Emotional Marketing, Customer Experience Dan Spiritual Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BNI Syariah KC Bengkulu,*” *Skripsi Program St* (2020): 1
- Dharmmesta, Basu Swastha, 2005. “Kontribusi Involvement dan Trust In a Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”. (*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 20 No 3) hlm 287-304
- Dicky Fauzi Firdaus dan Dewi Fitria Nurazizah, “*Pengaruh Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan di PT Bank BJB Syariah*” 2, no. February (2021): 6.
- Dicky Fauzi Firdaus dan Dewi Fitria Nurazizah, “*Pengaruh Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan di PT Bank BJB Syariah*” 2, no. February (2021): 6.
- Egha Eza Junaeka Putra Hassany, (*Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)* Yogyakarta : Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013 h.9
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta:Andhi Publisher, 2018), 154.
- Farida Jasfar, 2014, “*Manajemen Jasa : Pendekatan Terpadu*” (Jakarta : Ghaila Indonesia) hlm. 163
- Geraldo; Gunawan, Yusri; Abdillah, dan Lusy Deasyana Rahma. Devita, “*Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Brand Loyalty,*” *Jurnal Administrasi Bisnis* 61 (2018): 165–166.

- H. Mustafa, “*Perilaku Manusia Dalam Perspektif Psikologi Sosial,*” *Ilmu Administrasi Bisnis* 44, no. 1 (2014): 25–30.
- Hermawan Kartajaya, Taufik, Jacky Mussry, dkk, “ Banking Competition in 2013 (in the time of regulatory transition),” *MarkPlus Insight Marketing + Social Research Paper* (2013): 6
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* hlm.129
- Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif,* (Yogyakarta : MPI, 2017), hlm. 90
- Indyah Hartami Santi, “*Technology Acceptance Model (TAM)* (2021): Hlm. 19.
- Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan,* (Jakarta :Erlangga, 2015), 5.
- Jimmy Jehosua Wungkana, Maryam Mangantar, dan Joy Elly Tulung, “Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 624.
- Jumarianingsih, “*Pengaruh Relationship Quality dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT.Bank BTN SYARIAH MATARAM,*” no. 5 (2019): 55.
- Klara Aroma Wardani, “*Pengaruh Relationship Quality dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank BRI Syariah KCP Metro*” (2021): 1–23.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Jakarta: Alfabeta,2013), hlm. 206.
- Miftahudin, “Pengaruh kualitas hubungan terhadap loyalitas nasabah”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung,2018). Hlm. 8
- Mohammad Kasiran. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* (Malang: UIN Maliki Press. 2013) hlm. 257

- Muhammad Muflih, “*The link between corporate social responsibility and customer loyalty: Empirical evidence from the Islamic banking industry,*” *Journal of Retailing and Consumer Services* (2021)
- Nanda Ayu Titofianti, “*Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Unit Porong*”21,no.1(2020):1–9,
- Ni Putu Dharma Diyanthini dan Ni Ketut Seminari, “*Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Lpd Desa Pakraman Panjer,*” *Jurnal Ekonomi Bisnis* (2015): 1–19
- Nur Handayani Ritonga, “*Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan Marhamah pada Bank SUMUT Syariah Cabang Medan*” 2, no. 22 (2015): 1–6.
- Panorama. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (2017), hlm.227
- R Romindo, dkk, *E-Commerce : Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*, (Yayasan Kita Menulis, 2019) Hlm 85.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 134
- Riska, “*Pengaruh Kualitas Hubungan Terhadap Loyalitas Nasabah,*” *Journal of Materials Processing Technology* 1, no. 1 (2018): 1–8,
- Rita Kusumadewi, “*Pelaksanaan Emotional Marketing melalui The Emotional Es sebagai Pembentuk Loyalitas Pelanggan,*” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari’ah* 53, no. 9 (2013): 231.
- Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt, “*The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing,*” *Journal of Marketing* 58, no. 3 (2013): 20.
- Robert Pancayoga, Bode Lumanaw, dan Christoffel M.O. Mintardjo, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Corporate Social Responsibility Influence of Service Quality and Corporate Social Responsibility To Pt .,*” *Jurnal EMBA* 5, no. 2 (2017): 2997–3006.

- Rudi Aryanto dan Erdah Litriani. *Modul Panduan Praktikum SPSS*. (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017), hlm. 37
- S Wulandari, “*Pengaruh Pembiayaan Bank Sumsel Babel Syariah Kcp Muara Enim Terhadap Pendapatan Nasabah*” (2019)
- Siti Munawaroh, “*Pengaruh Relationship Quality dan Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Pada BSI Kantor Cabang Madiun sebagai Variabel Intervening*” (2021).
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, (2013), hal.81.
- Sulistyono dan Wiwik Sulistyowati, “*Peramalan Produksi dengan Metode Regresi Linier Berganda*”, *Jurnal Proxima*, Vol.1, No.2, 2017, hlm. 83 - 84
- Syarifa Rahmi, "*Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility dan Citra Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Sikap Nasabah sebagai Variabel Intervening*", *BMC Public Health*, vol. 5, 2017
- Tatang Kusmayadi, “*Pengaruh Relationship Quality terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan*,” *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi STIE STAN-IM* 1, no. 1 (2014): 1–19,
- Teresa Fernandes dan Teresa Pinto, “*Relationship quality determinants and outcomes in retail banking services: The role of customer experience*,” *Journal of Retailing and Consumer Services* (2019): 30–41
- Vanessa Gaffar, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm. 67
- Yunita Kurnia Sari, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Nasabah Bank*,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 17, no. 2 (2018): 1.