

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2020). Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Customer Relationship Management Dan Kepercayaan (Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 47-60.
- Ali, H., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2022). Pengaruh Corporate Image, Customer Relationship Marketing dan Layanan Fintech Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC. Kota Malang). *El-Aswaq*, 3(1).
- Amyati, Solikhah. (2022). *BIOSTATISTIK: Sebuah Aplikasi SPSS Dalam Bidang Kesehatan dan Kedokteran*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Andreani, F. (2007). Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Christian, A., & Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh experiential marketing terhadap customer satisfaction dan customer loyalty the light cup di surabaya town square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-13.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Divayana, D. G. H., Ariawan, I. P. W., & Giri, M. K. W. (2021). Pengaruh Aplikasi Evaluasi Model Cipp Yang Diintegrasikan Dengan Metode Saw Terhadap Efektifitas Pelaksanaan E-Learning. *Sebatik*, 25(2), 514-519.
- Fatmawati, R. D., & Rahayu, Y. S. (2018). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (studi pada PT BRI Syariah cabang Malang).
- Fauzi, A. R. (2019). Analisis Experiential Marketing, Emotional Marketing dan Relationship Marketing Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Sragen (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.

- Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., & Dewi, I. K. (2021). Perilaku Konsumen Kepariwisata. Yayasan Kita Menulis.
- Firdaus, D. F., & Nurazizah, D. F. (2021). Pengaruh Emotional Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di PT Bank BJB Syariah: Indonesia. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman Kuningan*, 2(1), 10-15.
- Hajar.A.K, Jhony A.F.K, Dan Joula J.R. (2017). "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt.Bank Syariah Kc.Dotulolong Lasut Manado*" *Jurnal Administrasi Bisnis*,
- Hasan, I. (2022). Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (Edisi kedua). Bumi Aksara.
- Hendarsono, G. (2013). Analisa pengaruh Experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Herlina, V. (2019). Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method). Hidayatul Quran.
- Hernaeny, U. F. (2021). Pengantar Statistika 1. Bandung Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Indarwati, T. A., & Tiarawati, M. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Experience Dan Emotional Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di J. Co Donuts & Caffee Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(1), 102-117.
- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). Cara mudah memahami metodologi penelitian. Yogyakarta: Deepublish Grup Cv Budi Utama.
- Iswanto, A. A. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank BRI Syariah KC Semarang).

- Jatmiko, R. D., & Andharini, S. N. (2012). Analisis experiential marketing dan loyalitas pelanggan jasa wisata (Studi pada Taman Rekreasi Sengkaling Malang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 14(2), 128-137.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kandou, H. A., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt. Bank Mandiri Kc. Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kusumawati, A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos) Analysing the Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty: the Case of Hypermart Malang Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 75-81.
- Lestari, I., & Kusumadewi, R. (2017). Pengaruh Emotional Marketing dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 9(2).
- Marlius, D. (2018). Loyalitas nasabah bank nagari syariah cabang bukittinggi dilihat dari kualitas pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3).
- Mulyono,. (2018). *Berprestasi Melalui JFP*. Deepublish.
- Nikmah, N. R. (2017). Hubungan Relationship Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM.
- Nurul Waqi'ah, (2020). *“Pengaruh Relationship Marketing, Syariah Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Surabaya.”* (Surabaya:Uin Sunan Ampel),
- Panjaitan, D. F. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Fitness First Cabang Oakwood). *Media Manajemen Jasa*, 4(1).

- Paramita, C., Pahlevi, M. R., & Prasodjo, A. (2020). Peningkatan Loyalitas Nasabah Tabungan BNI Taplus Cabang Jember Melalui Relationship Marketing. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 57-69.
- Pradata, K. C., & Puryandani, S. (2022). Pengaruh Relationship Marketing dan Service Performance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Jateng Cabang Purbalingga). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 91-106.
- Pramesti, R. S. A., & Wardhianto, K. B. (2022). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah (Studi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Bandar Jaya). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(7), 11-11.
- Priantoro, M. A., & Yudiana, F. E. (2021). The Effect of Relationship Marketing, Experiential Marketing and Sharia Marketing Characteristics on Customer Loyalty of Sharia Bank With Customer Satisfaction as Intervening Variable. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(2), 109-120.
- Putri, G. A., & Rahmini, A. N. (2021). Monograf Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Pada Perusahaan Pertambangan. Penerbit Lakeisha.
- Rahman, N. H. A., & Fitri, M. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bri Unit Wuring. *Jurnal Sinar Manajemen*.
- Ratna Dian Fatmawati Dan Yayuk Sri Rahayu, “*Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt.Bri Syariah Cabang Malang)*.”
- Resnanda, J. S., Huda, N., & Bushairi, S. A. A. B. (2018). Pengaruh Emotion Marketing Dengan Hallmark’s Value Star Model Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan Alfamart Di Banjarmasin. 1(2).
- Ristian Prasetyo. (2017). Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas BRI Cabang Kandis di Kabupaten Siak. 4(2).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen. Deepublish.

- Rizal, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 469-478.
- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory Of Planned Behavior)(Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*,
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori (Vol. 1)*. IOCS Publisher.
- Siregar, S. M., Batubara, M., & Inayah, N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Syariah Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Uin Sumatera Utara. *Ecobankers: Journal Of Economy And Banking*.
- Sundari, D. (2020). Pengaruh Emotional Marketing, Customer Experience dan Spiritual Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. BNI Syariah KC Bengkulu (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Suparwata, D. M. (2017). Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Kantor Cabang Mataram. *JMM Unram-Master Of Management Journal*, 6(1).
- Susilo, I., & Samuel, H. (2015). Analisa pengaruh emotional marketing terhadap purchase intention melalui brand awareness pada produk Dove personal care di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 23-34.
- Triana, L., Yuliah, Y., & Widodo, W. (2020). Persepsi Calon Nasabah Perbankan Konvensional Dan Syariah Melalui Teori Perilaku Terencana Pada Mahasiswa Universitas Bina Bangsa. *Maker: Jurnal Manajemen*.
- Triono, B. S., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2020). Kepuasan memediasi Service quality dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 14(2).
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel

- intervening (Studi kasus pada onlineshop "Numira" Semarang). *Journal of Management*, 2(2).
- Tulus Ahmat Widiyanto, Skripsi: *"Pengaruh Relationship Marketing Dan Service Performance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening."* (Salatiga: Iain Salatiga,
- Ubaidillah, U. (2017). Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1).
- Waqi'ah, N. (2019). Pengaruh Relationship Marketing, Syariah Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah: studi kasus Nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Wardoyo, M. D., Zuhendry, Z., & Affandi, I. (2022). Relationship dan Syariah Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening:(Studi Kasus Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Ringroad). *BISMA Cendekia*, 2(2), 113-121.
- Wibowo, A. & Cholifah, T. N. (2018). *Instrumen Tes Tematik Terpadu*. Malang: (MNC Publishing) Media Nusa Creative.
- Widiyanto, T. A. (2021). Pengaruh Relationship Marketing dan Service Performance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Ungaran).
- Wulandari, D. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Implementasi Experiential Marketing Perbankan Syariah. *UNEJ e-Proceeding*, 490-497.
- Wulansari, D., & Artanti, Y. (2014). Pengaruh Pemasaran berdasarkan Pengalaman, Pemasaran Emosional terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Wungkana, J. J., Mangantar, M., & Tulung, J. E. (2022). Pengaruh Eexperiential Marketing dan Eemotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada 71 Coffeeshop Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 624-633.
- Yudiana, F. E., & Setyono, J. (2016). Analisis corporate social responsibility, loyalitas nasabah, corporate image dan kepuasan nasabah pada perbankan syariah. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(1), 93-114.

Yuliawan, E., & Ginting, M. (2016). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan nasabah pada pt bank mandiri cabang medan balai kota. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, 6(1), 1-12.

Yusriadi. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau.” Jurnal Ilmiah dan Bisnis, 14(2).

Bank Syari’ah Indonesia, Sejarah Perseroan, Di akses dari bankbsi.co,id, pada tanggal 31 oktober 2023.

<https://M.Industry.Co.Id/Read102482/Bsi-Sabet-5-Penghargaan-Di-Ajang-5th-Satisfaction-Loyalty-And-Engagement-Award-2022> (Diakses Pada Tanggal 15 Maret 2023)

<https://Www.Ojk.Go.Id> Diakses Pada Tanggal 15 Maret 2023

Web Bank Bsi, Diakses Dari https://Ir.Bankbsi.Co.Id/Corporate_History.Html (Pada Tanggal 20 November 2022)

<https://www.pajak.com/keuangan/4-hal-penting-sebelum-punya-banyak-rekening-tabungan> (Diakses Pada Tanggal 17 april 2024)

<https://money.kompas.com/read/2023/05/09/074523326/layanan-bsi-error-ini-penjelasan-bank> (diakses tanggal 18 mei 2023)