

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Pengarang Willy, and Jogiyanto Hartono, *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, ed. by Andi (2015)
- Addin, Syahril, 'Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)', *Jurnal Mitra Manajemen*, 5.10 (2022), pp. 718–35
<<http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509>>
- Agustian, Ilham, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda, 'Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu', *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6.1 (2019), pp. 42–60, doi:10.37676/professional.v6i1.837
- Aileen, Ezra, Orlando Gaberamos, Innocentius Bernarto, and Henry Pasaribu, 'The Effect Of Social Media Marketing, Word Of Mouth, And Effectiveness Of Advertising On Brand Awareness And Purchase Intention On Grab Application Users Domicile Of Tangerang', *Enrichment: Journal of Management*, 12.1 (2021), pp. 426–41
- Ajzen, Icek, 'The Theory of Planned Behavior', *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 2020, pp. 438–59, doi:10.4135/9781446249215.n22
- Alvin, Alvin, Putri Nastiti, and Elisabeth Marsella, 'Identifikasi Faktor Loyalitas Pengguna Pada Shopee Games Menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM)', *Edu Komputika Journal*, 10.1 (2023), pp. 38–45, doi:10.15294/edukomputika.v10i1.61821
- Amin, Nur Fadilah, *Populasi Dan Sampel, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 2021, XIV
- Andriessen, J. H. Erik, *Technology Acceptance*, 2003, doi:10.1007/978-1-44710067-6_4
- Anwar, Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M, *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*, ed. by sofa dan anis Abiratno (ppt.inkubator penulis indonesia, 2019)
<<https://www.scribd.com/document/493411239/Structural-EquationModeling-SEM-Berbasis-Varian-Konsep-Dasar-Dan-Aplikasi-ProgramSmart-PLS-3-2-8-Dalam-Riset-Bisnis>>
- Arfah, Yeni, *Keputusan Pembelian Produk*, ed. by Bincar Nasution (PT Inovasi Pratama Internasional, 2022)
- Asiva Noor Rachmayani, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*, 2015

———, *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif*, 2023

Ayatulloh Michael Musyaffi , Hera Khairunnisa, Dwi Kismayanti Respati, *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-PLS) Menggunakan Smartpls* (pascal books, 2021)
<<https://books.google.co.id/books?id=KXpjEAAAQBAJ&lpg=PP3&hl=id&pg=PP3#v=onepage&q&f=false>>

Ayuni, Ni Luh Santi, I Nengah Suardhika, and I Gde Yudhi Hendrawan, ‘Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Di Swiss-Belhotel Tuban’, *Values*, 3.2 (2022), pp. 418–31

Bank Syariah Indonesia, ‘Referral’, 2024
<<https://www.bankbsi.co.id/promo/program-refferal-kode-in-tabungan-emas>>

Christopher, Albert, Arif Tirtana, and Addin Aditya, ‘Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi Bca Mobile Di Kota Malang Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam)’, *Jurnal Teknoinfo*, 16.2 (2022), p. 452, doi:10.33365/jti.v16i2.2045

Dawis, Aisyah Mutia, Yeni Meylani, Nono Heryana, Muhammad Ali Mursid Alfathoni, Eka Sriwahyuni, Rida Ristiyana, and others, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 2023

Dendeng, Gloria Natalia, Riane J. Pio, and Sofia A. P. Sambul, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Banking Oleh Nasabah Bank BRI Di Kota Manado’, *Productivity*, 3.6 (2022), pp. 502–6

Dewi, Erlita Khrisinta, Nurul Salehawati, and Eko Susanto, *Manajemen Pemasaran Produk*, Liberty, Yogyakarta, 2023

Didin Hikmah Perkasa, Indri Astiana Suhendar, Vely Randyantini, Evelina Andriani M, ‘The Effect Of Electronic Word Of Mouth (Ewom), Product Quality And Price On Purchase Decisions Didin’, 2.1 (2020), pp. 112–24, doi:10.31933/DIJMS

Dr. (Cand) Muhammad, Febrianty, and Gede Eko Putra Sri Sentanu,, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, ed. by Febrianty, *Sustainability (Switzerland)* (2023), XI
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsci.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>

Dr. Agus Prastyawan, dan Yuni Lestari, *Pengambilan Keputusan*, 2015

- <<http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/597>> eko susanto, nurul, Kharisinta, *Manajemen Pemasaran*, ed. by boy b Arifin (2023) Ekonomi dan Bisnis, Fakultas, Frederia Leonalda, and Novel Reonald, 'Jurnal Poac Analisa Pengaruh Viral Marketing Influencer Marketing Dan Referral Programs Terhadap Keputusan Pembelian Business To Business Di Aplikasi Sosial Media Tiktok', 2022, pp. 58–73
- Erwin, Erwin dkk, *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0 - Google Books*, PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023
- Fauzi, Aditya Ahmad, Budi Harto, Mulyanto, Maria Dulame, and Panji Pramuditha, *Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0. PT. Sonpedia Publishing Indonesia*, 2023
- Febiyati Lannita, and Aqmala Diana, 'Pengaruh E-Wom, Brand Image, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening', *Jmdb*, 1.1 (2022), pp. 28–39
- Gunawan, Gunawan, 'Determinan Kesuksesan Implementasi Aplikasi E-Faktur', *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4.1 (2021), p. 84, doi:10.37531/sejaman.v4i1.955
- Indonesia, Bank, 'Table 7. Proprietary Channel', *Bank Indonesia , Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia, Tabel 7 Proprietary Channel (Jakarta: Bank Indonesia, 2023), Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia, Tabel 7 Proprietary Channel (Jaka, 2023, pp. 1–2*
- Indonesia, Bank Syariah, 'Transaksi Digital Banking Naik 45%', 2024 <<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/transaksi-digital-banking-naik-45-bsi-apresiasi-nasabah-lewat-hujan-rezeki-bsi-mobile>>
- Indrawati, Feny, Didik Eko Julianto, and Yuslinda Dwi Handini, 'Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Kabupaten Jember)', *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 11.1 (2023), p. 75, doi:10.19184/jsb.v11i1.39562
- Isman, ainun fatma, *Merger Perbankan Syariah Di Indonesia*, ed. by Siti Chuzaemah (selat media, 2024)
- Junaedi, I Wayan Ruspindi, Firman Syakri Pribadi, Adi Sofyana Latif, Poniah Juliawati, I Made Sumartana, Nurdiana, and others, *Manajemen Pemasaran, CV. Euriika Media Aksara*, 2022

- Kartika, Chandra -, 'Ck the Influence of Referral Marketing and Customer Trust on Purchasing Decisions Through Customer Satisfaction At Pt. Dharma Lautan Utama Surabaya', *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7.2 (2024), pp. 345–52, doi:10.29138/ijebd.v7i2.2660
- komang yoga ade candra, Nyomah Kerti Yasa, *Event Marketing, E-Wom, Citra Merek Terhadap Niat Beli*, ed. by Miko Andi Wardana. (CV Intelektual Manifes Media, 2023)
<https://books.google.co.id/books/about/Event_Marketing_E_Wom_Citra_Merek_Terhad.html?id=FyOqEAAAQBAJ&redir_esc=y>
- Kusuma, Rani Valentine Sura, Liling Listyawati, and Damajanti Sri Lestari, 'Pengaruh E-WOM Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA', *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2.1 (2024), pp. 97–110
<<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sab/article/view/8123>>
- Mayo, Reydha Pulpy, Hari Susanta Nugraha, and Saryadi Saryadi, 'Pengaruh EPromotion Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan (Studi Pada Pengguna Aplikasi DANA Di Kota Semarang)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12.1 (2023), pp. 184–94, doi:10.14710/jiab.2023.37271
- Mukhtisar, Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, 'Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)', *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3.1 (2021), p. 56, doi:10.22373/jihbiz.v3i1.9632
- Musyaffi, Mohamad Azmi, 'Determinan Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam)', *Sustainability (Switzerland)*, 11.1 (2019), pp. 1–14 <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regscuirbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>
- Muthiah, Siti Nur, Emi Yulia Siska, and . Lemiyana, 'Pengaruh Teknologi Informasi Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Demang)', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4.4 (2024), pp. 461–70, doi:10.47233/jebd.v4i4.1868
- Natalia, Monica, and Liliana Dewi, 'The Impact of Personal Selling, E-Wom and E-Referral Using Brand Image as Mediating Variable on Purchase Intention of Intune Productions', *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 3.2 (2023), pp. 105–13, doi:10.37715/rmbe.v3i2.4560

- Ngadimen, Ahmad Nurrokhim, and Emy Widyastuti, 'Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening', *Journal of Management and Digital Business*, 1.2 (2021), pp. 122–34, doi:10.53088/jmdb.v1i2.134
- Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, Kamaluddin Abunawas, 'Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14.1 (2023), pp. 15–31, doi:10.21070/2017/978-979-3401-73-7
- Nuri purwanto, Budiyanto, Suhermin, *Theory of Planned Behavior, Sustainability (Switzerland)*, 2019, XI
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsci.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Pingki, Erikha, and Sri Rejeki Ekasari, 'Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word- of-Mouth Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Msi', *Cakrawangsa Bisnis*, 4.1 (2023), pp. 115–28
<https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/415/195>
- Piramita, Santi, Sufrin Hannan, and Jan Horas Vervady Purba, 'Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kpr Non Subsidi Dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi Pada Bank Xyz)', *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, May, 2021, doi:10.17358/jabm.7.2.487
- Praditasetyo, Dovan, and Marheni Eka Saputri, 'Pengaruh Social Media Marketing Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia the Impact of Social Media Marketing Through the Tiktok Application on Online Purchasing Decisions At Shopee Indonesia', *E-Proceeding of Management*, 8.5 (2021), pp. 6508–17
- Prayoga, Iman, and M. Rachman Mulyandi, 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee', *Jurnal Syntax Transformation*, 1.5 (2020), pp. 136–40
https://web.archive.org/web/20210814082807id_/http://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/download/60/91
- Purba, Ramen A, Andriasan Sudarso, Hery Pandapotan Silitonga, Sisca Sisca, Supitriyani Supitriyani, Yusmanizar, and others, *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori Dan Implementasi, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2020, II

- Purwatiningsih, Nofrayanti Nofryanti, and Iin Rosini, 'Pengaruh Competitive Advantage Dan Ketidakpastian', 4.4 (2023), pp. 2541–52
- Puspitasari, Cindy Dayinta, Cindy Dayinta Puspitasari, Ari Susanti, Sekolah Manajemen, Ilmu Ekonomi Tinggi, and Sukoharjo Surakarta, 'Pengaruh Gaya Hidup, Online Customer Review Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pengguna Aplikasi Ovo Di Solo Raya', *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1.3 (2023), pp. 241–56 <<https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1892>>
- Putri Irna Amalia, and Indri Murniawaty, 'Economic Education Analysis Journal, Economic Education Analysis Journal', *Economic Education Analysis Journal*, 9.3 (2020), pp. 831–43, doi:10.15294/eeaj.v9i2.39480
- Rayhaniah, Sri Ayu, *Komunikasi Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 2022* <[https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab](http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/12109/06bab2_Abdallah_10090312206_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y#:~:text=Menurut Kotler dan Keller (2012,dan merek yang mereka jual.></p>
<p>Renggowati, Wyanet Jolieane, Apriatni Endang Prihatini, and Sari Listyorini, 'Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Penggunaan E-Commerce Shopee', <i>Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis</i>, 12.3 (2023), pp. 986–97 <
- Rimbahari, Ana, Rina Eka Widjayanti, and Agniya Thahira, 'Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok', *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6.2 (2023), p. 457, doi:10.25273/capital.v6i2.15304
- Rivaldi, Alvin, Fahrul Ulum Feriawan, and Mutaqqin Nur, 'Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara', *Sebuah Tinjauan Pustaka*, 2023, pp. 1–89
- Rizky Eka Febriansah, , and. Dewi Ratiwi Meiliza, *Buku Ajar Mata Kuliah TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN, Umsida Press Sidoarjo Universitas*, 2020, 1
- Rofifah, Zairina, Junestrada Diem, and Aziz Septiatin, 'The Influence of Transaction Costs and Technology Systems on Customer Decisions to Transact Using Mobile Banking with Interest as an Intervening Variable at Bank Muamalat Indonesia Main Branch Office Palembang', *Proceedings of International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization.*, 2023, pp. 55–64
- Rohmaniyah, Fina Athiyatur, Siti Asiyah, and Afi Rachmat, 'Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, Dan Cashless Society Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang)', *Riset Manajemen*, 12.02 (2022), pp. 1–10

- Rosalyn Gracya, 'Journal of Social and Economics Research', *Journal of Social and Economics Research*, 5.1 (2023), pp. 078–090, doi:10.54783/jser.v5i1.72
- Saa'ed, Shadyar Ali, and Shorosh Ali Saa'ed, 'Importance of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Brand and Customer Loyalty', *Journal of Global Economics and Business*, 5.18 (2024), pp. 46–71, doi:10.58934/jgeb.v5i18.273
- Sakha, Geo, Arya Paundra, and Novrihan Leily Nasution, 'The Effect Of Electronic-Work Of Mouth (E-WoM), Price, Service Quality And Discounts On Consumer Shopping Interest In E-Commerce Tokopedia Labuhanbatu Regency', 5.2 (2024), pp. 9485–95
- Sari, 'Pengaruh E-Referral Dan E-Wom (Electronic Word of Mouth) Terhadap Citra Merek Dan Niat Pembelian Pada Produk Fashion H&M', *UAJY's Library*, 2022, pp. 1–65 <<http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/16479>>
- Sari, Milya, and Asmendri Asmendri, 'Penelitian Kepustakaan (Library Research)', *Natural Science*, 6.1 (2020), pp. 41–53, doi:10.15548/nsc.v6i1.1555
- Satria, Rita, and Didin Choerul Imam, 'Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.7 (2024), pp. 5490–5500, doi:10.47467/alkharaj.v6i7.3020
- Septiatin, Aziz, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Periode 2016-2020', *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 24.1 (2022), pp. 80–92, doi:10.23917/dayasaing.v24i1.18137
- Setiawan, Muhammad Haiqal, Rachman Komarudin, and Desiana Nur Kholifah, 'Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace', *Jurnal Infortech*, 4.2 (2022), p. 141 <<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>>
- Slamet, Slamet, Bagus Putro Wahyu Prasetyo, and Ilya Azmala, 'The Impact of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Online Purchase Decisions Moderated by Price Discount', *European Journal of Business and Management Research*, 7.2 (2022), pp. 139–48, doi:10.24018/ejbmr.2022.7.2.1340
- Suwarsa, Toto, 'Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020', *Jurnal Akuntansi*, 51.1 (2021), pp. 1–15
- Ummah, Masfi Sya'fiatul, *Buku Ajar Statistik Dasar*, ed. by Aliwar, *Sustainability (Switzerland)*, 2019, XI <<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.reg>>

sciu

rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484
_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>

Utama, M. Luthfi Alif, 'Pengaruh Radical Marketing, Social Marketing Dan Referral Marketing Terhadap Customer Behaviour Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Blackpink Store Sport Apparel Malang', *Jurnal Manajerial Bisnis*, 6.1 (2023), pp. 32–43, doi:10.37504/jmb.v6i1.478

Welsa, Henny, Putri Dwi Cahyani, and Fernicko Meidyansyah, 'Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5.3 (2022), pp. 1026–36, doi:10.47467/alkharaj.v5i3.1471

Wicaksono, Soetam Rizky, *ACCEPTANCE*, 2023, doi:10.5281/zenodo.7754254

Winarno, *Metodologi Penelitian* (universitas negeri malang, 2015)

Wulandari, D, 'Pemasaran Produk Bank Syariah Di Era Digital', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (2023), pp. 3085–92

Yusri, Ahmand Zaki dan Diyan, *Teori, Metode Dan Praktik Penelitian Kualitatif*, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2020, VII

Yusuf, Ilham, and Dewi Sartika, 'Pengaruh Store Image Dan Private Label Image Serta Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Private Label Alfamidi Di Kota Samarinda', *Borneo Studies and Research*, 3.1 (2021), pp. 873–86 <<https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/2741>>

Zahra Kamila, Yusiresita Pajaria dan Aziz Septiatin, 'Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi COB BSB Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening', 1.2 (2024), pp. 20–33