

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bahri, S. (2018). *metodelogi penelitian bisnis*. yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Boonlertvanich, Karin. 2018. *Service Quality, Satisfaction, Trust, and Loyalty: The Moderating Role of Main Bank and Wealth Status*. University Bangkok.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. L. (2018). *Aplikast Analisis Multivariate Dengan Program IBM/ SPSS 25* (9th ed.).Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M. E. (2022). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Merdeka Kreasi Group.
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*. (2022). Depok: RAJAWALI PERS.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2024). *Marketing communications: Integrating online and offline, customer engagement and digital technologies*. Kogan Page Publishers.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.); Ed.1). CV. ANDI OFFSET

Wahyudi, Tri Setyo (2017), *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori dan Penerapan*. Malang: Universitas Brawijaya Press

Jurnal

Al Irsyad, N. U. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction Pada Linkaja.

Ajeng Putri, K. (2023). *Determinan Customer Experience, Value, Trust, Satisfaction And Loyalty Produk Body Care Vaseline* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).

Aprilia, D., & Arifin, A. Z. (2022). Pengaruh customer experience dan customer loyalty terhadap financial performance pada layanan digital bank dari perspective customer. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(5), 548-553.

Asri, H. R., Setyarini, E., Gisijanto, H. A., & Hartanti, N. D. (2022). Pengaruh Pengalaman pelanggan dan kepercayaan terhadap niat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 624-632.

Brown, T. J., & Wilson, S. (2021). The Dominant Role of Brand Reputation in Building Customer Trust in Digital Banking. *Journal of Digital Marketing*, 15(3)(112–127).

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.

Boonlertvanich, Karin. 2018. Service Quality, Satisfaction, Trust, and Loyalty: The Moderating Role of Main Bank and Wealth Status. University Bangko

Chauhan, S., Akhtar, A., & Gupta, A. (2022). Customer experience in digital banking: A review and future research directions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(2), 311-348.

- Dharmawan, D., Judijanto, L., Rahmi, N., & Lotte, L. N. A. (2023). Analysis Of The Influence Of E-Word Of Mouth, Brand Image And E-Service Quality On Repurchase Intention Of Digital Bank Customers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2606-2612.
- Dharsono, S., & Arifin, A. Z. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Customer Satisfaction terhadap Financial Performance Bank pada Pengguna Digital Banking di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(5), 2022.
- Hidayatullah, M. Z., & Hidayah, R. T. (2023). IMPACT OF E-SERVICE QUALITY AND CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION ON POSAJA! APPLICATION. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 2055-2063.
- Halimatussakdiah, H., Suryani, I., & Zuhra, S. E. (2023). The Customer Perceived Orientation Effect on Perceived Value and Customer Satisfaction and Its Influence on Customer Trust. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 111-124.
- Harahap, F. Y., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2023). The Influence Of Digital Customer Experience And Enjoyment On Flip E-Wallet E-Loyalty Through E-Trust In Medan City Millennial Generations. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 3(2), 488-505.
- Hariyono, M. B., Hartono, B., Siswijono, S. B., Winarto, P. S., Utami, H. D., Nugroho, B. A., ... & Akhiroh, P. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Industri Peternakan*. Universitas Brawijaya Press.
- Hasbi, I. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction Pada LinkAja. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 147-154
- Holmlund, M., Van Vaerenbergh, Y., Ciuchita, R., Ravald, A., Sarantopoulos, P., Ordenes, F. V., & Zaki, M. (2020). Customer experience management in the age of big data analytics: A strategic framework. *Journal of Business Research* 116, 356-365. doi:10.1016/j.jbusres.2020.01.022
- Ibrahim, Y. (2022). Bank Syariah dan Bank Konvensional:(Suatu Analisis Perbedaan dan Prinsip-Prinsipnya). *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 11(1), 1-15.

- Indrawati, I. (2024). Pengaruh E-Service Quality (Efficiency, Reliability, Responsiveness, Dan Privacy) Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pt Bank Jago Tbk. *eProceedings of Management*, 11(1).
- Islam, J. U., Shahid, S., Rasool, A., Rahman, Z., Khan, I., & Rather, R. A. (2020). Impact of website attributes on customer engagement in banking: a solicitation of stimulus-organism-response theory. *International Journal of Bank Marketing*, 38(6), 1279-1303.
- Kurniah, K. (2022). Pengaruh Pengalaman dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Scarlett Whitening di Kota Makassar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(2), 21-31.
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S. I., Khan, S., Hanif, N. ul A., & Javed, M. K. (2022). The influence of e-customer satisfaction, e-trust and perceived value on consumer's repurchase intention in B2C e-commerce segment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2184–2206. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2021-0221>
- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2022). The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The moderating role of consumer demographics. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2082015.
- Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M. E. (2022). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Merdeka Kreasi Group
- Nguyen, N. T. H., Kim-Duc, N., & Freiburghaus, T. L. (2022). Effect of digital banking-related customer experience on banks' financial performance during Covid-19: a perspective from Vietnam. *Journal of Asia Business Studies*, 16(1), 200-222.
- Nugraha, M. H., & Mandala, K. (2020). The role of perceived value in mediating the effect of service quality on customer trust. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 272-281.

- Oktaviani, I. (2023). Pengaruh Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Melalui Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Layanan Gofood-Dalam bentuk buku karya ilmiah.
- Oktaviani, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Lazada). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 37-45.
- Oktaviani, S., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Viral Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust Produk Es Teh Indonesia. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 2(02), 92-122.
- Pahlevi, M. R. (2019, August). Pengaruh Kualitas yang Dirasakan, Nilai yang Dirasakan, dan Kepuasan terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Plastik Ramah Lingkungan. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 824-831).
- Permana, S.A.S & Hasbi, I (2023) Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan coffeeshop Kopitagram bandung
- Pratama, R. A., & Artadita, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Mahasiswa Pengguna Link Aja Di Telkom University. *eProceedings of Management*, 10(3).
- Putri, I. M., Santoso, H. B., & Rahayu, R. P. (2019). Analysis of trust dimensions: Ability, integrity, and benevolence in building consumer trust. *Journal of Business and Management Studies*, 23, 15-30.
- Rahayu, N. A., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Image Pada Aplikasi Linkaja. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Rajagukguk, I. (2024). Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Produk terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan pada Masyarakat di Kecamatan Medan Helvetia Kelurahan Cinta Damai

- Rita, R., & Trimulyani, F. M. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 359-369.
- Shin, J. W. (2021). Mediating effect of satisfaction in the relationship between customer experience and intention to reuse digital banks in Korea. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 49(2), 1-18
- Sihombing, N. J., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Aplikasi Agoda). *eProceedings of Management*, 9(2).
- Susanti, D. (2021). Digital Marketing Pada Customer Value dan Customer Engagement Terhadap Repeat Purchase Pada Marketplace. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2), 135-146
- Widodo, T., & Febrianti, I. V. A. (2021). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Brand Loyalty Dengan Variabel Mediasi Brand Attachment Dan Customer Trust. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(5), 343-356.
- Wulandari, A. T., & Madiawati, P. N. (2023). Pengaruh Service Recovery Dan Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Kai Daop Ii Bandung). *eProceedings of Management*, 10(5).
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of customer experience and customer engagement on satisfaction and loyalty: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983-992.

Website

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, Maret 10). APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Diakses dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

- Katadata. (2023, September 20). Pengguna internet di Indonesia tembus 213 juta orang hingga awal 2023. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- CNBC Indonesia. (2022, September 21). Mengenal apa itu internet: Sejarah, perkembangan, manfaatnya. Diakses pada 10 Maret 2024, dari [\[https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220921131159-37-373856/mengenal-apa-itu-internet-sejarah-perkembangan-manfaatnya\]](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220921131159-37-373856/mengenal-apa-itu-internet-sejarah-perkembangan-manfaatnya)(<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220921131159-37-373856/mengenal-apa-itu-internet-sejarah-perkembangan-manfaatnya>)
- CNBC Indonesia. (2024, Februari 29). Layanan digital bank besar makin lengkap, bank digital masih relevan. Diakses pada 10 Maret 2024, dari [\[https://www.cnbcindonesia.com/market/20240229140351-17-518608/layanan-digital-bank-besar-makin-lengkap-bank-digital-masih-relevan\]](https://www.cnbcindonesia.com/market/20240229140351-17-518608/layanan-digital-bank-besar-makin-lengkap-bank-digital-masih-relevan)(<https://www.cnbcindonesia.com/market/20240229140351-17-518608/layanan-digital-bank-besar-makin-lengkap-bank-digital-masih-relevan>)
- CNBC Indonesia. (2024, Februari 29). Layanan digital bank besar makin lengkap, bank digital masih relevan. Diakses pada 11 Maret 2024, dari [\[https://www.cnbcindonesia.com/market/20240229140351-17-518608/layanan-digital-bank-besar-makin-lengkap-bank-digital-masih-relevan\]](https://www.cnbcindonesia.com/market/20240229140351-17-518608/layanan-digital-bank-besar-makin-lengkap-bank-digital-masih-relevan)(<https://www.cnbcindonesia.com/market/20240229140351-17-518608/layanan-digital-bank-besar-makin-lengkap-bank-digital-masih-relevan>)
- GoodStats. (2023). 10 Provinsi dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di Indonesia tahun 2023. Diakses pada 17 Maret 2024, dari [\[https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-tingkat-penetrasi-internet-tertinggi-di-indonesia-tahun-2023-LdHH4\]](https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-tingkat-penetrasi-internet-tertinggi-di-indonesia-tahun-2023-LdHH4)(<https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-tingkat-penetrasi-internet-tertinggi-di-indonesia-tahun-2023-LdHH4>)
- MotionBank. (2024). Melihat tren layanan perbankan digital tahun 2024. Diakses pada 13 Maret 2024, dari [\https://motionbank.id/melihat-tren-layanan-perbankan-

digital-tahun-2024/](https://motionbank.id/melihat-tren-layanan-perbankan-digital-tahun-2024/)

Liputan6. (2023, Juli). Seabank cetak laba Rp132,26 miliar per Juli 2023, ini sumbernya. Diakses pada 13 Maret 2024, dari https://www.liputan6.com/bisnis/read/5397084/seabank-cetak-laba-rp13226-miliar-per-juli-2023-ini-sumbernya

Kumparan. (2024). Apa itu Seabank? Ini informasi lengkapnya. Diakses pada 14 Maret 2024, dari https://kumparan.com/berita-bisnis/apa-itu-seabank-ini-informasi-lengkapnya-21lwqUZ9qYm

Bisnis. (2023, Juli 14). 5 Bank digital terbesar di Indonesia, Seabank teratas. Diakses pada 14 Maret 2024, dari https://finansial.bisnis.com/read/20230714/90/1674858/5-bank-digital-terbesar-di-indonesia-seabank-teratas

Seabank. (2024). Wawancara Presdir Seabank: Rahasia di balik cetak laba dan kejar keberlanjutan. Diakses pada 15 Maret 2024, dari https://www.seabank.co.id/blog/wawancara-presdir-seabank-rahasia-di-balik-cetak-laba-dan-kejar-keberlanjutan

CNBC Indonesia. (2021, Februari 22). Dicaplok Shopee, Bank BKE ganti nama jadi Seabank Indonesia. Diakses pada 15 Maret 2024, dari https://www.cnbcindonesia.com/market/20210222121156-17-225133/dicaplok-shopee-bank-bke-ganti-nama-jadi-seabank-indonesia

Seabank. (2024). Info Seabank. Diakses pada 16 Maret 2024, dari https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank

- Kompas. (2022, Juli 27). 5 Bank digital paling banyak digunakan menurut survei Populix. Diakses pada 17 Maret 2024, dari https://money.kompas.com/read/2022/07/27/174138326/5-bank-digital-paling-banyak-digunakan-menurut-survei-populix(https://money.kompas.com/read/2022/07/27/174138326/5-bank-digital-paling-banyak-digunakan-menurut-survei-populix)
- Google Play. (2024). Diakses pada 21 Maret 2024, dari https://play.google.com(https://play.google.com)
- Populix. (2023). Diakses pada 21 Maret 2023, dari https://info.populix.co/(https://info.populix.co/)
- Populix. (2024). Consumer preference towards banking and e-wallet apps. Diakses pada 26 Maret 2024, dari https://info.populix.co/articles/en/report/consumer-preference-towards-banking-and-e-wallet-apps/(<https://info.populix.co/articles/en/report/consumer-preference-towards-banking-and-e-wallet-apps/>)
- Bisnis.com. (2024). *SeaBank Jadi Bank Terbaik Urutan Ketiga di Indonesia Versi Forbes*. <https://finansial.bisnis.com/read/20240418/90/1758114/seabank-jadi-bank-terbaik-urutan-ketiga-di-indonesia-versi-forbes>
- TVOne News. (2024). Daftar 10 Bank Digital Paling Populer dan Diminati Masyarakat: SeaBank, Bank Jago, dan Blu by BCA Bersaing Ketat Daftar 10 Bank Digital Paling Populer dan Diminati Masyarakat: SeaBank, Bank Jago, dan Blu by BCA Bersaing Ketat. <https://www.tvonenews.com/ekonomi/225865-daftar-10-bank-digital-paling-populer-dan-diminati-masyarakat-seabank-bank-jago-dan-blu-by-bca-bersaing-ketat>
- Antara. (2024). Menilik peluang bank digital yang aman dan menguntungkan. Diakses pada 26 Maret 2024, dari https://www.antaraneews.com/berita/3882990/menilik-peluang-bank-digital-yang-aman-dan-menguntungkan(https://www.antaraneews.com/berita/3882990/menilik-peluang-bank-digital-yang-aman-dan-menguntungkan)
- GoodStats. (2022). 10 Bank digital yang paling sering dipakai masyarakat Indonesia. Diakses pada 26 Maret 2024, dari [https://goodstats.id/article/10-bank-digital-

yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-2022-7dMXf](https://goodstats.id/article/10-bank-digital-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-2022-7dMXf)

Katadata. (2023, Juli 5). Transaksi digital banking di Indonesia tumbuh 158% dalam 5 tahun terakhir. Diakses pada 26 Maret 2024, dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Diakses pada 26 Maret 2024, dari https://www.ojk.go.id/

Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2024). Diakses pada 7 Juli 2024, dari https://bandungkota.bps.go.id/