

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. UB Press.
- Arif, M. N. Rianto al, & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi: suatu perbandingan ekonomi islam dan ekonomi konvensional* (Cetakan ke 1). Kencana.
- Dharmmesta, B. Swastha. (2012). *Manajemen pemasaran*. Universitas terbuka.
- Fahmi, A. (2014). *HRD Syariah: teori dan Implementasi: manajemen sumber daya manusia berbasis syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi*. Universitas diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan* (Revisi). PT Raja Grafindo Persada.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Andi Offset.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands* (2 nd Ed. Erlangga.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Elex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & Aplikasi SPSS Versi 17*.

(1st Ed.). Bumi Aksara.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Pemasaran Strategik*. Ipb Press.

Susanto, A. ., & Wijarnako, Hi. (2011). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Publika Jakarta.

Suyono. (2012). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Cv Budi Utama

Tjiptono, F. (2004). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.

Wiratna Sujarweni, V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Mona (Ed.); 1st Ed.). Pustaka Baru Press.

Jurnal

Abou-youssef, M. Mourad hussein, Kortam, W., Abou-aish, E., & El-bassiouny, N. (2015). Effects of Religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing.*, 33(6), 786–807.

Aji et al. (2020). Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 78–94.

Apriliani. (2019). Pengaruh brand trust, Brand equity, dan Brand image terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal PPKM*, 6, 112–121.

Apriliani, R. A. E. (2022). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada

- Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1).
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, imelda w.(2016). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. Fifgroup cabang manado)*. 4(1), 109–119.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2014). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Siasat Bisnis*, 15(1).
- Gedalia, C., & Subagio, D. H. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Intervening. *Manajemen Pemasaran Petra*, 3, 1–10.
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1).
- Mantauv, C. Suci. (2015). Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3, 1–8.
- Muhalling, R. (2017). Kontestasi Sistem Ekonomi Islam Dan Konvensional. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 92–112.
- Muzakkir, M. (2013). Hubungan Religiusitas Dengan Perilaku Personal Mahasiswa Angkatan 2009/2010 Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Alauddin Makassar”. *Diskursus Islam*, 1(3).
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotelpelangi Malang. *Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Nurjannah, N., & Maguni, W. (2021). Pengaruh Bi 7 Day (Reverse) Repo Rate, Dana Pihak Ketiga, Capital Adequacy Ratio Dan Financing To Deposit Ratio Terhadap Pembiayaan Murabahah Di

- Bank Syariah (Studi Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk). *Al-Kharaj: Journal Of Islamic Economic And Business*, 3(1), 49–63.
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 126–137.
- Rahman, M., & Alwahidin. (2019). Efisiensi Bank Umum Syariah Milik Pemerintah Daerah Di Indonesia. *Li Falah*, 4(2), 253–273.
- Sabana, A. Arsyi, & Kalsum, U. (2020). Analisis Implementasi Prinsip Bisnis Ala Rasulullah oleh Groceries Stall dipasar Sentral Kota Kendari. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 129–149.
- Sutrisno, R. (2013). Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut Produk Minuman Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Bandung Muslim Consumer Behavior: The Religiosity Perceptions and The Perceptions Of Product Attributes Toward The Loyalty. *Politeknik Bandung*, 5(2), 18–36.
- Suwandi, Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres dikantor Pos Bondowoso dan Situbondo. *Ekonomi Akutansi dan Manajemen*, 14, 68–88.
- Sulistiyari, I. Novirina. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Diponegoro Journal Of Management*, 1(1), 1–17.
- Tasunar, N. (2006). Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (Ppi) Morodemak. *Sains Pemasaran Indonesia*, 5, 41–62.
- Vristiyana, V. Mirza. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Ekonomi dan Bisnis*, 20, 85–100.

- Widiaswara, T. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Journal of Management*, 6(4), 980–994.
- Wijaya, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bri Syariah Kc Semarang). In *Antimicrobial Agents and Chemotherapy* (Vol. 58, Issue 12).
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa. *Manajemen dan Keuangan*, 6(2).

Skripsi

- Damayanti, C. (2015). *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada konsumen produk supermi di kecamatan Genuk Semarang)* [Universitas negeri semarang].
- Maliyah, S. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah*.
- Oliver. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. Routledge.
- Patria N, A, E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Soto Segeer Hj Fatimah*. IAIN Salatiga.
- Sari, A. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI). *Ekonomi*.
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan

(Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Riset Bisnis dan Manajemen*.

- Thesis Abou-youssef, M. mourad hussein, Kortam, W., Abou-aish, E., & El-bassiouny, N. (2015). Effects of Religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6), 786–807. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-02-2015-0024/full/html>
- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. UB Press.
- Aji et al. (2020). Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 78–94.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, dan Behavior* (T. Manstead (ed.); 2nd ed.). Open University Press. <https://psicoexperimental.files.wordpress.com/2011/03/ajzeni-2005-attitudes-personality-and-behaviour-2nd-ed-open-university-press.pdf>
- Apriliani. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity, Dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal PPKM*, 6, 112–121. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/687>
- Apriliani, R. A. E. (2022). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1). <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/687>
- Arif, M. N. rianto al, & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi: suatu perbandingan ekonomi islam dan ekonomi konvensional* (Cetakan ke). Kencana. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1056152>
- Damayanti, C. (2015). *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada konsumen produk supermi di kecamatan Genuk Semarang)* [Universitas negeri semarang]. <http://lib.unnes.ac.id/22075/1/7311411061-s.pdf>
- Dharmmesta, B. swastha. (2012). *Manajemen pemasaran* (3rd ed.). Universitas terbuka.

- <https://onesearch.id/Author/Home?author=Basu+Swastha+Dharmmesta>
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, imelda w. . (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado)*. 4(1), 109–119.
- Fahmi, A. (2014). *HRD Syariah: teori dan Implementasi: manajemen sumber daya manusia berbasis syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama. <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/6318/>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi*. universitas diponegoro. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=fr&user=qDCMh1AAAAAJ&citation_for_view=qDCMh1AAAAAJ:dTyEYWd-f8wC
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1). <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/20638>
- Gedalia, C. C., Subagio, H., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., Siwalankerto, J., Konsumen, L., Layanan, K., & Konsumen, L. (2015). *140716-ID-pengaruh-kualitas-layanan-dan-brand-imag*. 3(1), 1–10.
- Gedalia, C., & Subagio, D. H. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Intervening. *Manajemen Pemasaran Petra*, 3, 1–10. <https://www.neliti.com/id/publications/140716/pengaruh-kualitas-layanan-dan-brand-image-terhadap-loyalitas-konsumen-dengan-kep>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga. <https://onesearch.id/Author/Home?author=Jill+Griffin>
- Hernikasari, I., & Hapzi Ali, H. H. (2022). Determinasi citra merek melalui kepuasan pelanggan bear brand: Analisis harga dan kualitas produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450.

- Husein, U. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Husniah, N. (2021). *PENGARUH RELIGIUSITAS, EKUITAS MEREK, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2014). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Siasat Bisnis*, 15(1). <https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/3192>
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan* (Revisi). PT Raja Grafindo Persada. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/manajemen-perbankan/>
- Keller, philip kothler, & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. [http://eprints.binadarma.ac.id/10124/1/TUGAS 1.pdf](http://eprints.binadarma.ac.id/10124/1/TUGAS%201.pdf)
- Maliyah, S. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah*. <https://media.neliti.com/media/publications/96732-ID-pengaruh-citra-merek-kepercayaan-trust-d.pdf>
- Mantauv, C. suci. (2015). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3, 1–8. <https://stiepasaman.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/185>
- Muhalling, R. (2017). Kontestasi Sistem Ekonomi Islam dan Konvensional. *Lifalah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 92–112. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/lifalah/article/view/605>
- Muzakkir, M. (2013). Hubungan Religiusitas Dengan Perilaku Personal Mahasiswa Angkatan 2009/2010 Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar”,. *Diskursus Islam*, 1(3). https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/diskursus_islam/article/view/6636
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di HotelPelangi Malang. *Administrasi Bisnis*,

- 6(2). <https://media.neliti.com/media/publications/77767-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- Nurjannah, N., & Maguni, W. (2021). Pengaruh Bi 7 Day (Reverse) Repo Rate, Dana Pihak Ketiga, Capital Adequacy Ratio Dan Financing To Deposit Ratio Terhadap Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk). *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(1), 49–63. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v3i1.1920>
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh religiusitas, kepercayaan dan kepuasan terhadap keputusan pembelian ulang produk halal. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 126–137. https://www.researchgate.net/publication/346019072_Pengaruh_Religiuitas_Kepercayaan_dan_Kepuasan_terhadap_Keputusan_Pembelian_Ulang_Produk_Halal
- Oliver. (2014). *Satisfaction: A Behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Patria N, A, E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Soto Segeer Hj Fatimah*. IAIN Salatiga.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Andi Offset.
- Putra, N. P. S., & Isa, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Religious Commitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Bni Syariah Surakarta. Thesis thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*. [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/79293/>
- Putra, Pratama, N., Syamsuddin, & Isa, M. (2019). *Pengaruh Kualitas pelayanan, kepercayaan dan Religious Commitmen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank BNI Syariah Surakarta* [Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/79293/>

- Rahman, M., & Alwahidin. (2019). Efisiensi bank umum syariah milik pemerintah daerah di Indonesia. *Li Falah*, 4(2), 253–273. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/lifalah/article/view/1405>
- Rangkuti, F. (2008). *The power of brands* (3rd ed.). Erlangga.
- Sabana, A. Arsyi, & Kalsum, U. (2020). Analisis Implementasi Prinsip Bisnis Ala Rasulullah Oleh Groceries Stall Dipasar Sentral Kota Kendari. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 129–149. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/lifalah/article/view/1959>
- Santoso, S. (2012). *Panduan lengkap SPSS Versi 20*. Elex media komputindo. <https://elibrary.nusamandiri.ac.id/readbook/200284/panduan-lengkap-spss-versi-20.html>
- Sari, A. (2015). Analisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah (studi pada bank BNI). *Ekonomi*. http://eprints.undip.ac.id/35772/1/jurnal_Ikanita_C2A008075.pdf
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & Aplikasi SPSS Versi 17*. (1st ed.). Bumi Aksara. https://fia.ub.ac.id/katalog/index.php?p=show_detail&id=8387
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7525>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. <http://www.sciepub.com/reference/266356>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <http://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=20670>
- Sulistiyari, I. Novirina. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–17. http://eprints.undip.ac.id/35772/1/jurnal_Ikanita_C2A008075.pdf

- Sumarwan, U. (2011). *Pemasaran Strategik*. IPB Press. <https://onesearch.id/Record/IOS12871.slims-17249>
- Sutrisno, R. (2013). Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut Produk Minuman Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Bandung Muslim Consumer Behavior: The Religiosity Perceptions And The Perceptions Of Product Attributes Toward The Loyalty. *Politeknik Bandung*, 5(2), 18–36. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/sigmamu/article/download/854/730>
- Suwandi, Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pos ekspres dikantor pos Bondowoso dan Situbondo. *Ekonomi Akutansi Dan Manajemen*, 14, 68–88. <https://core.ac.uk/download/pdf/297264719.pdf>
- Suyono. (2012). *Analisis regresi untuk penelitian*. CV BUDI UTAMA. file:///E:/Analisis_Regresi_untuk_Penelitian.pdf
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran jasa*. Bayu Media. <https://media.neliti.com/media/publications/283903-kualitas-pelayanan-fakultas-ekonomi-univ-ab0a0202.pdf>
- Vristiyana, V. mirza. (2019). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal (studi kasus pada industri makanan). *Ekonomi Dan Bisnis*, 20, 85–100. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/view/4055/0>
- Widiaswara, T. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Journal of Management*, 6(4), 980–994. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18065>
- Wijaya, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bri Syariah Kc Semarang). In *Antimicrobial Agents and Chemotherapy* (Vol. 58, Issue 12).
- Wiratna Sujarweni, V. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi* (Mona (ed.); 1st ed.). pustaka baru press. <https://www.bing.com/search?q=sujarweni+2015&cvid=790f6890a867455f823b6ecb5cb09049&aqs=edge.1.69i57j0l8.6159j0j1&pplt=2083&F>

ORM=ANSPA1&PC=U531

www.bankbsi.co.id. (2020). *www.bankbsi.co.id*. www.bankbsi.co.id

Yulian, E. A., Prahmadisti, marthdilla setyarana, Maharani, trisha yustia, & Arafah, W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Go-Food di kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 6(1), 35–44.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6(2).
<https://media.neliti.com/media/publications/261935-none-74db444c.pdf>

