

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. R., & Ika, N. K. W. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Melalui Variabel Penghubung E-Satisfaction (Studi Kasus: Pelanggan Traveloka di Surabaya). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik*, 2, 26–33. <http://www.jssep.org/index.php/jssep/index>
- Agustin, I. W. (2019). Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Pada Sharia Online Trading System Menurut Fatwa Dewan Syari'Ah Nasional No.80/Dsn-Mui/Iii/2011. *AHKAM: Jurnal Hukum Islam*, 7(2), 309–332.
- Agustin, P., & Mawardi, I. (2014). JESTT Vol. 1 No. 12 Desember 2014. *Jestt*, 1(12), 874–892.
- Amri, H. Junaidi, Y. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*.
- Azkiyah, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH BANK (Studi Kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Negara Bali). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(8). <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/1227>
- Chandra, Y. U. (2015). “Kualitas Pelayanan Internet Banking PT Bank XYZ Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Metode E-Service Quality (E-Servqual).” *Jurnal Teknik Ilmu Komputer*, 4(15). <https://core.ac.uk/download/pdf/326446556.pdf>
- Felicia, L. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : menumbuhkan & mempertahankan kesetiaan pelanggan*.
- Hamid, Rahmad Solling. Anwar, S. M. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasae dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8. dalam Riset Bisnis* (A. D. Abiratno. Nurdiananti, Sofa. Raksanagara (ed.)). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Haridhi, H. M. (2020). Syariah Online Trading System (SOTS) Sebagai Sitem

- Transaksi Saham Syariah di Bursa Efek Indonesia Tinjauan Terhadap POJK No. 15 Tahun 2015. *Az Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(2).
<http://202.0.92.5/syariah/azzarqa/article/view/1847>
- Hermawan, H. (2016). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15.
<https://doi.org/10.32528/JMBI.V1I2.21>
- I, G. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Khusaeni, A. (2016). Kepuasan Siswa dan Loyalitas Siswa (Studi Empirik di SMK Negeri Rembang , Pasuruan , Jawa Timur). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(36), 657–666.
- Kusnandar, V. B. (n.d.). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam / Databoks*. Databoks. Retrieved November 21, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA KEPUASAN KONSUMEN DIMODERASI OLEH LOYALITAS (STUDY KASUS PADA LIPSTCIK WARDAH). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 97. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.418>
- Maharsi, S. (2006). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 35–51.
<https://doi.org/10.9744/jak.8.1.pp.35-51>
- Malik, M., & Malang, I. (2014). *PRIVACY TERHADAP eSATISFACTION (Survei pada Nasabah PT . Danareksa Sekuritas Cabang Universitas Islam Negeri*. 5(2), 1–9.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.

- Mohd, R., Amaliyah, & Hakim, A. (2021). PASAR MODAL SYARIAH PERSPEKTIF SHARIA COMPLIANCE DI ERA DISRUPTIVE INNOVATION. *Moderation / Journal of Islamic Studies Review*, 1(2), 29–44. <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/view/24>
- Najiyah, F. (2017). Pengaruh Nilai-Nilai Religiusitas Terhadap Loyalitas Kerja Agency Pada PT Takaful Umum Cabang Surabaya. *Journal Of Economics*, 1(2), 26–44.
- Prabandari, D. A., Dewi, A. S., & Gunadi, M. A. (2015). E-Service Quality : Pembentuk Loyalitas Dalam Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terapan (SEMANTIK)*, 553–558.
- Rafidah, R. (2014). *KUALITAS PELAYANAN ISLAMI PADA PERBANKAN SYARIAH*.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *TQM Journal*, 32(6), 1443–1466. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin university Press.
- Raziq Aulia, M. & H. (2019). *Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh*. 3(1), 48–54.
- S. E., T. H. (2011). *Buku Pintar Investasi syariah* (1st ed.). Mediakita. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=2nPqgz2eJR0C&oi=fnd&pg=PR3&dq=investasi+syariah&ots=66-Jzf_V9f&sig=9EBzb9GKcyIwl3HbZSimUmbPxXY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444.
- Sari, D. M. F. P., & Darmaningsih, G. . P. A. (2021). Customer Relationship Management, Framing Effect, Tingkat Kepuasan Terhadap Tingkat

- Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Bri Cabang Renon. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(2), 225–231. <https://doi.org/10.22225/kr.12.2.2683.225-231>
- Sinaga, I., Suharyono, & Kumadji, S. (2012). Stimulus Store Environment Dalam Menciptakan Emotional Response Dan Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying (Survei pada Pembeli di Carrefour Mitra I Malang). *Jurnal Profit*, 6(2), 1–14. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/245>
- Suhartono, E., Anissa, N., Bank, S., & Jateng, B. (2014). ANALISIS FAKTOR TRUST DAN PENGARUH TRUST TERHADAP LOYALTY NASABAH INTERNET BANKING. *INFOKAM Nomor I / Th. X/ Maret / 14*.
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.
- Wahyu Puranindhi, A. L. (2019). *Investor Syariah Indonesia Terbanyak di Jawa - Bisnis* [Liputan6.com](https://www.liputan6.com/bisnis/read/3920084/investor-syariah-indonesia-terbanyak-di-jawa). Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3920084/investor-syariah-indonesia-terbanyak-di-jawa>
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, 01(01), 18.
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 417–426. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>
- Yanuarti, E. (2018). Pengaruh Sikap Religiusitas terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Masyarakat Kelurahan Dusun Curup Kabupaten Rejang Lebong. *FOKUS Jurnal Kajian Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.29240/jf.v3i1.387>
- Yoni, N. (2019). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pt. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 101–120. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v4iii.1377>

- Yustati, H., & Bengkulu, I. (2017). EFEKTIVITAS PEMANFAATAN SISTEM ONLINE TRADING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN INVESTOR SAHAM DI PASAR MODAL SYARIAH. *Syi`ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 1(2). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIEc/article/view/2558>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2000). *A conceptual framework for understanding e-service quality: implications for future research and managerial practice*. https://www.msi.org/wp-content/uploads/2020/06/MSI_WP_00-115.pdf
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>
- Zulkarnain, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.