

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, N., & Kustiawan, U. (2025). Impact Of Bank Reputation, Service Quality, And Social Media Marketing On Customer Trust And Loyalty. *Journal of Applied Economics in Developing Countries*, 10(2), 108–117. <https://doi.org/10.20961/jaedic.v10i2.108581>
- Agustina, A. S., & Samsudin, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Yang Dirasakan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. KAI Di Wilayah DAOP 8 Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10098>
- Aji, D. S. K., Setyawati, S. M., & Rahab, R. (2020). Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1).
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Alnassar, F., & Aloud, M. (2021). Trust factors influencing the intention of Saudi consumers to purchase online. *International Journal of Business and Systems Research*, 15(5). <https://doi.org/10.1504/IJBSR.2021.117267>
- Al-Slehat, F. A. Z. (2021). Determining the Effect of Banking Service Quality on Customer Loyalty Using Customer Satisfaction as a Mediating Variable: An Applied Study on the Jordanian Commercial Banking Sector. *International Business Research*, 14(4), 58. <https://doi.org/10.5539/ibr.v14n4p58>
- Alwahidin, A., Wahid Mongkito, A., & Ahmad, A. (2021). Pengaruh Reputasi Bank dan Etika karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 8(2), 189–219. <https://doi.org/10.58518/madinah.v8i2.1347>
- Amelia, R. R., Qomariyah, N., & Hermawan, H. (2025). The Effectiveness of Social Media Marketing on B2C Customer Loyalty: The Role of Trust and Service Quality as Intervening Variables at PT. BRI Finance. *Proceeding of International Conference on Social Science and Humanity*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.61796/icossh.v2i1.66>
- Ang, O. F., & Fransisca, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Pada Facebook Terhadap Minat Beli Feel in Taste di Kupang Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Agora*, 10(1).
- Anindya, E. K., & Ardia, V. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Ms Glow Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei Pada Followers Instagram @msglowbeauty. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 18–25. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i3.1148>
- Annizar, B. (2025, March 12). *Pegawai BRI Di Semarang Dituntut 5 Tahun Bui Dalam Kasus Korupsi*. Tirto.Id. <https://tirto.id/pegawai-bri-di-semarang-dituntut-5-tahun-bui-dalam-kasus-korupsi-g9mU>
- Ariani, G. A., Rachmat, B., & Indrawati, T. (2025). International Journal of Social Science and Education Research Studies The Influence of Service Quality, Company Image, Customer Trust, and Brand Reputation on Customer Satisfaction and Customer Loyalty at Bank Central Asia Tbk in Surabaya. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*. <https://doi.org/10.55677/ijssers/V05I02Y2025-10>
- Asfawi, K., & Tuti, M. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer, dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(2), 173–190. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i2.611>

- Burhanudin, B. (2022). Examining The Effect of Service Value and Reputation on Customer Loyalty with Trust and Electronic Word of Mouth as Mediation. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3), 514-527. <https://doi.org/10.21776/ub.jam>
- Fauzy, M., & Ahmadi, M. A. (2024). Mengungkap Peran Sosial Media Marketing Dalam Membangun Loyalitas Merek: Melalui Pengalaman Merek. In *Culture education and technology research (Cetera)*, 1(3), 68-80. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Fernanda, A. W., Nasution, J., & Purnama, S. R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan Dan Teknologi Biometrik Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(4), 679-689. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i4.2402>
- Firmansyah, H., Sudari, S. A., & Rachmawati, D. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Produk Telkomsel by.U. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 5622-5634. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1480>
- Ghozali, I., & Kusumadewi Aprilia Karlina. (2023). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 1).
- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing : step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill.
- Haq, U. Z. A. (2025, November 11). *Mantri Bank Di Semarang Korupsi Dana KUR Rp 2 M, Begini Modusnya*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jateng/hukum-dan-kriminal/d-8205827/mantri-bank-di-semarang-korupsi-dana-kur-rp-2-m-begini-modusnya>
- Helm, S., Strock, C., & Gobbers, L. K. (2011). *Reputation Management: Management for Profesional*. Springer Heidelberg Dordrecht. <http://www.springer.com/series/10101>
- Ibrahim, B., Aljarah, A., & Sawaftah, D. (2021). Linking social media marketing activities to revisit intention through brand trust and brand loyalty on the coffee shop facebook pages: Exploring sequential mediation mechanism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su13042277>
- Jasin, H., Mujiatun, S., Fauzi Rambe, M., & Bahagia Siregar, R. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 86-102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>
- Kalia, P., Kaushal, R., Singla, M., & Parkash, J. (2021). Determining the role of service quality, trust and commitment to customer loyalty for telecom service users: a PLS-SEM approach. *TQM Journal*, 33(7), 377-396. <https://doi.org/10.1108/TQM-04-2021-0108>
- Keni, J. D. (2020). Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan. In *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan: II* (Number 1).
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209-218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Magfira, Zahra, Z., & Ponirin. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pasien Pada Rsud Raja Tombolotutu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(1), 039-046. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Mahfud, A. A. A., & Siswati, A. (2026). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen KJSB. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 11149-11158. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3907>
- Manus, B. O., Soeegoto, A., Rogi, M., Pengaruh Kepuasan Konsumen, A., Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Bitung, D., Olivia Manus, B., Supandi Soegoto, A.,

- & Hellen Rogi, M. (2023). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 748–756.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust* (Vol. 20, Number 3). <https://www.jstor.org/stable/258792?seq=1&cid=pdf->
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Muchamad, N. (2025, October 22). *BRI Jadi Bank Yang Paling Dikenali Masyarakat Indonesia pada 2025*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/68f840601d1f4/bri-jadi-bank-yang-paling-dikenali-masyarakat-indonesia-pada-2025>
- Muhlis, Arifai, S., Hafsa Umar, & Supriadi. (2023). Analisis Faktor Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 20(2), 185-208., 20(2), 185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.25178>
- Nainggolan, H., Dewantara, R., Kesehatan, D., & Putra, B. (2023). Dampak promosi online serta mutu layanan pengiriman kepada loyalitas konsumen terhadap aplikasi grab. *Journal of Computer Science and Information Technology (JCSIT)*, 1.
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 123-132.
- Nida Sahara. (2020, December 11). *OJK: Risiko Reputasi Perbankan Penting untuk Dijaga*. Investor.Id. <https://investor.id/finance/230761/ojk-risiko-reputasi-perbankan-penting-untuk-dijaga>
- Ningrum, M., & Indriyani, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Akuntabilitas, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Muzakki Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Di Lembaga Amil Zakat Kota Magelang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 12-20.
- Novrianda, H., Fitri, M., & Fuadi, S. (2023). Reputation Dan Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Pada Bank Mega Syariah Di Kota Bengkulu. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). Servqual A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.
- Phong, V. T., & Anh, V. M. D. (2023). Impact of the Bank's Image and Reputation on Customer's Loyalty through Customer's Trust: A Case of Commercial Banks in Ho Chi Minh City. *Open Journal of Business and Management*, 11(05), 2652–2685. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.115145>
- Prabowo, A. S. A., & Mahfudz. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan CV. Lautan Mas Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(5), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pratama, D., Widyastuti, ; Tri, Suroso, ; Sugeng, Dhian, ;, Untari, T., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bhayangkara, U., & Raya1, J. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Tambun, Bekasi. *J. Ilm. Manaj. Ubhara*, 3(1), 94.
- Putera, D. A., Dalle, J., Muhammad, D., & Syafari, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah penabung aktif PT

- bank Bukopin cabang Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 1-10., 10(2), 2541–1403.
- Putra, A. K., & Setiawan, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(3), 790–800. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.3.21>
- Putri, D. S., & Purnama, I. N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 2154-2162.
- Putri, R. N. A., & Rahayu, S. Y. (2023). Customer retention sebagai variabel intervening pada pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan bank syariah. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 11(1), 241-251.
- Rahman, I., & Supriadi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang Yang Dimediasi Kepercayaan Pelanggan Pada Mc Donald's Di Kota Serang. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1219-1230.
- Rahmawati, C., Fitriani, D., Haira, F., & Panorama, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1073–1088. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.123>
- Ramadhan, F., Yanuar, T., Hilmy, M. R., & Kusumapradja, R. (2020). The Social Media Marketing Effect On Brand Awareness And Brand Loyalty In Lasik Clinic Jakarta, Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(5), 313-318., 4(5).
- Ramadhany, A., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.511>
- Riyanti, R. R., Komariah, K., & Erry, S. (2022). The Effect Of Service Quality On Customer Loyalty During The Covid-19 Pandemic With Customer Trust As The Intervening Variable. *Costing: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 5(2), 1273-1283.
- Sebayang, D. E. B., & Lestari, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Madame Gie di Binjai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4323>
- Setiabudi, M. G., Boanerges Tampi, J., & Gaby Jeisy, L. (2023). Dampak Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Perbankan Elektronik BCA Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(2), 161–172. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i2.41809>
- Sholikhah, F. A., & Hadita. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mie gacoan di bekasi timur. *Jurnal Economina*, 2, 2, 692–708. <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-preferrice-than-anything->
- Silvi, K. D., & Prabandari, P. S. (2024). Pengaruh social media marketing terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 188-195. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Siregar, N. I., Uin, P., Thaha, S., & Jambi, S. (2022). Pengaruh Syariah Compliance, Promosi dan Teknologi Terhadap Reputasi Bank Syariah Indonesia dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1, 183–198. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1180>.

- Srisusilawati, P. , D. S. , & S. I. Y. (2025). (2025). Pengaruh Reputasi Bank Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 7(1), 84–93.
- Su, B. C., Wu, L. W., & Yen, Y. C. (2021). Antecedents and consequences of trust and loyalty in physical banks affecting mobile payments. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22). <https://doi.org/10.3390/su132212368>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Suwarsito, & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27-35.
- Toisuta, J. J., & Tomu, A. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Dan PT Bank Papua Kabupaten Asmat. *JURNAL ULET (Utility, Earning and Tax)*, 8(2), 110-123.
- Yulian, A. E., Setyarana Prahmadisti, M., Yustia Maharani, T., Arafah, W., & dan Bisnis, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Go-Food Di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Dewantara Edisi*, 6(1), 35–44. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Yurindera, N. (2023). Mediasi Kepercayaan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 73–77. <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i2.751>
- Yusuf, D. M., & Ihsanuddin. (2025, December 29). *Pegawai Bank BUMN Ditahan Kejari Semarang, Tipu 10 Anggota TNI dan Rugikan Bank Rp 3 Miliar*. Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2025/12/29/142020478/pegawai-bank-bumn-ditahan-kejari-semarang-tipu-10-anggota-tni-dan-rugikan>
- Zahra, A. F. A., & Rozza, S. (2024). Signifikansi Reputasi Bank, Kinerja M-Banking, dan Kualitas Layanan Offline pada Kepercayaan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). In *In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 5, No. 1)*.
- Zakiah, N., & Umiyati, U. (2023). Service Quality and Corporate Image through Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 84–99. <https://doi.org/10.46899/jeps.v11i1.418>