

DAFTAR REFERENSI

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Aisyah, M. (2018). Islamic Bank Service Quality and It's Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 10(2), 367–388.
- Alvian, B. (2019). *pengaruh spread bagi hasil, tingkat bagi hasil, dan bi rate terhadap volume pembiayaan berbasis bagi hasil yang dimediasi dengan deposito mudharabah.*
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2023). Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jesyia*, 6(2), 2301–2316. <https://doi.org/10.36778/jesyia.v6i2.1266>
- Andriyani, Y., & Fitriani, I. D. (2018). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PD BPR LKP Garut KOTA CABANG BAYONGBONG. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 2(1), 86–105.
- Ansori. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Skripsi*, 1, 105–112.
- Azkiya, B. M., Tanjung, H., & Gustiawati, S. (2021). Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 84–95. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.635>
- Baihaki, F. R., Rahma, T. I. F., & Nasution, J. (2023). Pengaruh Islamic Branding Dan Islamic Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Dengan Customers Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1528–1544.
- Biswas, S., Carson, B., Chung, V., Singh, S., & Thomas, R. (2020). AI in banking: Can banks meet the challenge? . *McKinsey*.
- BSI. (2022). *Laporan Tahunan 2022 Kolaborasi Untuk Akselerasi*. 1–684.
- Bughin, J., Seong, J., Manyika, J., Francisco, S., Hämäläinen, L., Windhagen, E., & Hazan, E. (2019). Notes From the AI Frontier: Tackling Europe's Gap in Digital and AI. *McKinsey Global Institute (MGI)*, February, 1–55.

- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Esensi*, 6(2), 151–162. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>
- Dewantara, R. (2020). Regulatory Impact Assesment Terhadap Pengaturan Penggunaan Artificial Intelligence Pada Jasa Keuangan Perbankan. *Tanjungpura Law Journal*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.26418/tlj.v4i1.41788>
- Draganov, M., Panicharova, M., & Madzhirova, N. (2018). Marketing 5.0. Transactions of Artificial Intelligence Systems in the Digital Environment. *International Conference on High Technology for Sustainable Development, HiTech 2018 - Proceedings, June*. <https://doi.org/10.1109/HiTech.2018.8566547>
- Fastiawan, H. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Zurich Topas Life Kantor Cabang Purwokerto. *Repository.Ump.Ac.Id*, 2006, 13–40.
- Ferils, M. (2022). *Volume . 24 Issue 2 (2022) Pages 414-421 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online) Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah The effect of service quality and tru. 2(2), 414–421.* <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10857>
- Garson, G. D. (2016). *Partial least squares. Regression and structural equation models*. Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, Imam, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Undip.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long Range Planning*, 46(1–2), 1–12.
- Hakim, A. F. (2023). Kualitas Pelayanan Model CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Lhokseumawe Dengan Pendekatan SEM-PLS. *El-Amwal*, 6(1), 58. <https://doi.org/10.29103/el-amwal.v6i1.10782>
- Hendroatmoko. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Berbasis Artificial Intelligence dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Perbankan Syariah di Indonesia. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal*

of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115–135.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*.
- Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565–580.
- Hidayati, T., Irwan, M., & Nasution, F. (2020). Pengaruh Fitur Chatbot Aisyah (Asisten Interaktif Mandiri Syariah) Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah. *Jurnal BanqueSyar'i*, 6, 81–88.
- Hult, G. T. M., Hair Jr, J. F., Proksch, D., Sarstedt, M., Pinkwart, A., & Ringle, C. M. (2018). Addressing endogeneity in international marketing applications of partial least squares structural equation modeling. *Journal of International Marketing*, 26(3), 1–21.
- Johnson, K., Pasquale, F., & Chapman, J. (2019). Artificial Intelligence, Machine Learning, and Bias in Finance: Toward Responsible Innovation. *Fordham Law Review*, 88(2), 499.
- Karim, A., Samad, A., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking PT . Bank Rakyat Indonesia Tbk. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 219–229.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Raja Grafindo Persada
- Khairunnisa, G., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religius Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bsm Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(3), 225–236. <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i3.240>
- Khan, S., & Rabbani, M. R. (2020). Chatbot as islamic finance expert (CaIFE): When finance meets artificial intelligence. *ACM International Conference Proceeding Series, November 2020*. <https://doi.org/10.1145/3440084.3441213>
- Kotler, Phillip & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks.
- M. Janahi, M. A. M. (2017). The impact of customer service quality on customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*.
- Malali, A. B., & Gopalakrishnan, S. (2020). Application of Artificial Intelligence and Its Powered Technologies in the Indian Banking and Financial Industry: An Overview. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 25(6), 55–60. <https://doi.org/10.9790/0837-2504065560>

- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501–2510.
- Mihail Draganov, Miglena Panicharova, and N. M. (2020). *Marketing 5.0. Transactions of artificial intelligence systems in the digital environment*. 1–4.
- Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru, A. N. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar. *Jurnal Analisis*, 6(2), 188–193.
- Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Mustofa, U. A., & Siyamto, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 94–105. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.32>
- Nashrullah Setiawan, Famila Dwi Winati, Roy Enggar Achmadi, Y. P. S. (2016). Analisis Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Bersarkan Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Statistik (Studi Kasus Di Website E-Commerce Lazada). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nasution, M. K. M. (2019). Ulasan konsep tentang kecerdasan buatan. *Artificial Intelligence*, November 2019, 14. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20139.26409>
- Nugraha, R. I. C., & Solekah, N. A. (2021). Antecedent Loyalitas Nasabah : Islamic Branding, Kualitas Layanan dan Kepercayaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(2), 283–296. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i2.15770>
- Othman, A., & Owen, L. (2012). Managing and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Study of the Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 69–83. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9780748621002.003.0005>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. *Ojk.Go.Id, July*, 1–23.
- P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Massachusetts, USA: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Puspitasari, S., & Widayanto. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Skripsi*, 1–19.
- Sahadat, Z. (2021). *Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pt . Bank Syariah Indonesia Cabang Takengon) Disusun Oleh : Zikri Sahadat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2021 M / 1442 H*.
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & ... (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk *Jurnal Bisnis Dan ...*, 8(2), 219–229.
- Setiyawan. (2017). Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 19(2), 190–209.
- Sofyan dkk. (2013). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas , melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Star Clean Car Wash Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–12.
- Sugiarti, D., & Meilani, A. (2021). Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1696–1704.
- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 1–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Syari Nurhayani, O., Lathief Ilhamy Nasution, M., Studi Perbankan Syariah, M., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2023). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Pembiayaan Bsi Cicil Emas (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Kota Pinang). *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(9), 2023.
- Utami, M., & Handayani, T. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan

nasabah terhadap loyalitas nasabah Pendahuluan. *Conference on Islamic Management Accounting and Economics*, 2, 170–178.

Zahara, S. L., Azkia, Z. U., & Chusni, M. M. (2023). Implementasi Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Bidang Pendidikan. *Jurnal Penelitian Sains Dan Pendidikan (JPSP)*, 3(1), 15–20. <https://doi.org/10.23971/jpsp.v3i1.4022>

Zahra, R. R., & Rina., N. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG. *JURNAL LONTAR VOL. 6 NO 1 JANUARI-JUNI 2018*, 43-57, 6(4), 43–57.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods*. Cengage learning.

Zulfison. (2019). Religiosity and Literacy of Islamic Banks: Analysis Islamic Banks Customers in Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen Ekonomika*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian