



DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, A. S., dkk (2013). Sampling: Why and How of it? *Indian Journal of Medical Specialities*, 330-333.
- Anugrah, F. T. (2020). Effect of Promotion and Ease of Use on Customer Satisfaction and Loyalty on OVO Application Users. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 44-50.
- Bakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing Vol. 73*, 52-68.
- Budiani, W. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education*. Oxon: Routledge.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Bogor: GUEPEDIA.
- Davis, F. (2013). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *JSTOR*, 331.
- Dulock, H. L. (1993). Research Design: Descriptive Research. *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, 154-157.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *European Management Journal Vol. 25*, 395-410.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0, Edisi ke-3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J., J. F. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS*. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Halim dan Fitria, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hapsari, T. D. (2022). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Get Press.
- Indonesia. (t.thn.). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03 Tahun 2018. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Joshi, S. (2014). Customer experience management: An exploratory study on the parameters affecting customer experience for cellular mobile services of a telecom company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 392-399.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.

Mansuri, S., Bansal, A., Vankar, N., & Prajapati, C. (2021). A STUDY ON CUSTOMER SATISFACTION FOR DIGITAL BANKING SERVICES OF INDIAN BANKS. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)*, 2808-2814.

Nasution, R. A., Sembada, A. Y., Miliyani, L., Resti, N. D., & Pranowo, D. A. (2014). The Customer Experience Framework as Baseline for Strategy and Implementation in Services Marketing. *Elsevier*, 257.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 460-469.

Pratiharningsih, D. (2022). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif*. Purwodadi-Grobogan: CV Sarnu Untung.

Prima Andreas Siregar, d. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Rahayu, S. (2022). Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1-13.

Runtuwuwu, P. H. (2020). *Analisis Saving Decisions Pada Bank Pemerintah Di Indonesia*. Malang: Ahlimedia Press.

Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 61-62.

Sharma, G. (2017). Pros and cons of different sampling techniques. *International Journal of Applied Research*, 749-752.

Siregar, P. A. (Jakarta). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. 2021: Yayasan Kita Menulis.

Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Ursavas, O. F. (2022). *Conducting Technology Acceptance Research in Education Theory, Models, Implementation, and Analysis*. Switzerland: Springer.

Weber, M. (2019). Digital customer experience: the risk of ignoring the non-digital experience. *International Journal of Industrial Engineering and Management (IJIEM)*, 201-210.

Wilson, N., Alvita, M., & Wibisono, J. (2021). THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED SECURITY TOWARD SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 145-159.

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

