

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Dwi Nurrisqi, R. R. (n.d.). *Tingkat literasi digital mahasiswa jurusan ilmu perpustakaan dalam pemanfaatan e-resources UIN Raden Fatah Palembang*.
- Ameliah, R., Negara, R. A., & Rahmawati, I. (2021). Status literasi digital di Indonesia 2021. Kementrian Komunikasi Informatika & Katadata Insight Center.
- Angger, R. (2020). *Pengantar Manajemen* (R. Angger (ed.)). AE Publishing.
- Dharsono, S., & Arifin, A. Z. (2022). *Pengaruh Customer Experience dan Customer Satisfaction terhadap Financial Performance Bank pada Pengguna Digital Banking di Indonesia*.
In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 5, pp. 520–524). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20315>
- Dr. M. Yusuf, SE, MM., A. a. (2023). (2023). *Teori Manajemen*.
- Dr. H. Sonny Indrajaya. Ir. MM. (2024). *Manajemen Pemasaran* (M. M. R. Deden Adhiato, S.E. (ed.); 1st ed.). Kaizen Media Publishing.
- Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2024). *Universitas nusantara pgri kediri* (Issue 76).
- Ekonomi, P. (2023). *Pengaruh Customer Experience, Benefit Offered, dan Word Of Mouth Terhadap Reuse Intention Of Mobile Banking Melalui Customer Trust*. In *Bussiness Law binus* (Vol. 7, Issue 2). <http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUSPUSAT.pdf%0Ahttp://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/%0Ahttps://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results%0Ahttps://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839>
- Enas, Ading, R. S., Irma, D. B., & Asep, B. T. (2025). *Manajemen Kreativitas dan Keinovasian*. Cipta Media Nusantara.
- Febrian. et. al. 2021. *The effect of benefits offered and customer experience on reuse intention of mobile banking through customer satisfaction and trust*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(3), 551-569.
- George R. Terry. (2013). *Dasar dasar manajemen*. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab 2.pdf?sequence=11](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%202.pdf?sequence=11)Ii, B. A. B., Konsumen, A. P., & Konsumen, P. P. (2008). *LANDASAN TEORI*. 10–29.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Publishing.
- Hendrayani. et. al (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Izzuddin, M. G. (2022). *Pengaruh User Interface , Brand Image , dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital*. 12(1), 144–163.
- Jihan, R., & Fatah, D. A. (n.d.). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile Sebagai Digital Payment*. 3.
- Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Person.
- Management, J. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital*. 22(1), 152–167.

- Mariane, I. (2018). Azas-azas manajemen. CV Kencana Utama.
- Mulia, F. (2021). *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Indonesia*.
- Munari, S. aprilia lucki hidayat. (2021). *Economic Education Analysis Journal*. 10(2), 298–309.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i2.39335>
- Nanan Marlina. (2022). Manajemen Pemasaran. Sedayu Bantul. Bening Pustaka
- Ni Wayan Gita, G. J. (2021). *Perceived Trust, Usability, Ease of Use, Security and Reinterest in Using Jenius Mobile Banking*. April, 2086–2099.
<https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.e08.v16>
- Pei, X. L., et. al. (2020). Does the effect of customer experience on customer satisfaction create a sustainable competitive advantage? A comparative study of different shopping situations. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18), 1–19.
<https://doi.org/10.3390/SU12187436>
- Rianto, M. I., & Hapsari, R. D. V. (2022). Pengaruh customer experience, ease of use, dan trust terhadap loyalitas e-commerce. *Jurnal MANajemen PEMasaran da Perilaku Konsumen*, 1(2), 156-166.
<https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.2.03>
- Rifqi., et. al. (2017). Antalogi literasi digital. Azyan Mitra Media.
- Rohman, A. (2017). *Dasar dasar manajemen* (1st ed.). Inteligensia Media Jl. Joyosuko Metro IV/No 42 B, Malang, Indonesia.
[https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab 2.pdf?sequence=11](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%202.pdf?sequence=11)
- Samputri, F. H. (2019). Tingkat literasi digital siswa ditinjau dari prestasi belajar, jenis kelamin, dan motivasi belajar
<https://repository.unja.ac.id>
- Septian, B.P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan konsomen produk kuliner lokal Soto Mbo Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 16-33.
- Siregar, C. P. R. (2018). Pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko mahasiswa terhadap minat menggunakan layanan internet banking
<https://repository.ipb.ac.id>
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian manajemen: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, penelitian tindakan, dan penelitian evaluasi. Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. ALFABETA
- Sugiyono. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. ALFABETA
- Sugiyono. 2019. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi kedua). Alfabeta.
- Susanto, S. A., et. al. (2023). Customer experience in digital banking: The Influence of convenience, security, amd usefulness on customer satifaction and customer loyalty in Indonesia. *Devotion: Journal of Research and*

- Community Service, 4(8), 1671-1685.
<https://doi.org/10.59188/devotion.v4i8.544>
- Tiffani, I. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital*. 22(1), 152–167.
- Tjandra, W. W. (2021). Pengaruh customer experience dan customer bonding terhadap loyalitas nasabah (Suatu studi nasabah BANK BNI KCU USU)
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/46395>
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., & Achmad, A. (2022). *Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Economy Era Abstrak*. 4(1), 187–210.
<https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>
- Wati, R. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Memilih Pembiayaan Di Pt. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soeta I*.
- Wijaya, A., Vincent, W., & Tampubolon, M. (2024). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Karung Goni Dan Kotak*. 4(3), 640–646.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1027>