

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee Food di D.I Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*.
- Aisyah, N., & Alfiah. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Haidee Rental Malang). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(2), 158. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.143>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Asfihan, A., & Wardhana, A. (2024). Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS dan Smart PLS. In *EUREKA MEDIA AKSARA* (Nomor July). http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA Uji Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia.
- Beni, K. N., Nursalam, N., & Hasinuddin, M. (2020). Uji Validitas Dan Reliabilitas Leadership Behavior Inventory, Personal Mastery Questionnaire Dan Kuesioner Kinerja Perawat Di Rumah Sakit. *Jurnal Penelitian Kesehatan Suara Forikes (Journal of Health Research Forikes Voice)*, 11(3), 313. <https://doi.org/10.33846/sf11318>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2011). *Business Research Methods* 11th ed.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Ettah, N. P., Pondaag, J. J., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2019). THE EFFECT OF TRUST, CUSTOMER SATISFACTION AND E-SERVICE QUALITY TOWARD CUSTOMER LOYALTY IN PURCHASE A CAR ON PT. HASJRAT ABADI MANADO. 7(3), 3069–3078.

- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. JURNAL TEKNIK ITS Vol. 5, No. 2,.
- Fatimah, A., & Randa, B. J. (2021). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Dampak Pada Proyek Pembangunan Gedung Trans Studio Mall Kota Banda Aceh Terhadap Lingkungan. Vocatech Vocational Education and Technology Journal, 3(1), 35–45. <https://doi.org/10.38038/vocatech.v3i1.69>
- Firdaus, M. A., & Dananjaya, I. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan , Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah BCA Mobile. J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah, 3(6), 6416–6433.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23.
- Giovanni, M. D., Yani, D. A., Ekonomi, F., & Terbuka, U. (2025). Analisa Pengaruh Online Customer Review Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Pada Marketplace Shopee. 4(3), 806–820.
- Griffin, J. (2010). Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Erlangga.
- Harahap, D. P. (2023). Pengembangan Panduan Observasi Keterampilan Stimulasi Literasi. Jurnal Empati, 12(4), 266–274. <https://doi.org/10.14710/empati.2023.37580>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. Jurnal Teknik ITS, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan* [Makalah digital]. Universitas Dr. Soetomo. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf>
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi (D. Sumayyah, Ed.). PT Refika Aditama.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada.

- Kittur, J. (2023). Conducting Quantitative Research Study: A Step-by-Step Process. *Journal of Engineering Education Transformations*, 36(4), 100–112. <https://doi.org/10.16920/jeet/2023/v36i4/23120>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing* (19th ed.).
- Kristanti, T. N., Nugraha, M. H. S., Winaya, I. M. N., & Dewi, A. A. N. T. N. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Quick Disabilities of the Arm, Shoulder and Hand Versi Indonesia Pada Pasien Carpal Tunnel Syndrome. *Majalah Ilmiah Fisioterapi Indonesia*, 9(2), 110. <https://doi.org/10.24843/mifi.2021.v09.i02.p09>
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1).
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5.
- Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). *The effect of social mission on service quality and brand image*. *Journal of Business Research*, 132(October), 744–752. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>
- Marthauli, Mirati, R. E., & Vidyasar, R. (2020). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbanka*, 8(1), 1463–1471.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Muni, M. S. H., Khan, M. M. R., Zafri, N. M., & Chowdhury, M. M. H. (2024). Relationships between E-Service Quality and customer satisfaction in rail freight transportation: A structural equation modeling approach. *Journal of Rail Transport Planning & Management*, 32, 100485. <https://doi.org/10.1016/J.JRTPM.2024.100485>
- Nugraha, A. R., M.Dzikron, & Iyan Bachtiar. (2023). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode E-Service Quality (Servqual) dan Model Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Riset Teknik Industri*, 9–16. <https://doi.org/10.29313/jrti.v3i1.1830>

- Nyimpado, T., Siallagan, D., & Situmorang, M. (2024). Pengaruh *Online Customer Rating*, *Online Customer Review* dan *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli *E-Commerce* Shopee pada Universitas Prima Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3474–3489. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/4579/2521>
- Pahlevi, A. H., & Medyawati, H. (2023). *The influence of influencer marketing, online customer review, and online customer rating to purchasing interest on the Tik Tok Shop application*. *Journal of Economics and Business*, 6(3). <https://doi.org/10.31014/aor.1992.06.03.527>
- Pangastuti, T. D., Sugiyanto, & Sudaryana, Y. (2023). PENGARUH HARGA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Je'el Boutique Di Tangerang Selatan). *Perkusi*, 3.
- PT Bank Central Asia Tbk. (2024). *BCA mobile [Aplikasi di Google Play]*. *Google Play Store*. Diakses 2024, dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bca&hl=id&pli=1>
- PT Bank Central Asia Tbk. (n.d.). *BCA mobile [Aplikasi iOS]*. *App Store*. Diakses 2025, dari <https://apps.apple.com/id/app/bca-mobile/id551587254>
- PT Bank Central Asia Tbk. (n.d.). Brand assets. BCA. Diakses 2024, dari <https://www.bca.co.id/en/tentang-bca/media-riset/pressroom/Brand-Assets>
- PT Bank Central Asia Tbk. (2024). *BCA mobile (versi 4.6.9) [mobile app]*. Di Screenshot oleh penulis, 11 Desember 2024.
- Ragab, H., Polo-Peña, A. I., & Mahrous, A. A. (2024). The effect of airline service quality, perceived value, emotional attachment, and brand loyalty on passengers' willingness to pay: The moderating role of airline origin. *Case Studies on Transport Policy*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2024.101313>
- Raharjo, S. (2020). Cara Membaca Distribusi Nilai r Tabel Product Moment Lengkap. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2019/01/cara-membaca-nilai-r-tabel-product-moment.html#google_vignette
- Rauf, A., Muhammad, N., Mahmood, H., & Yen, Y. Y. (2024). The influence of healthcare E-Service Quality on patients' satisfaction in urban areas: The case of Pakistan. *Heliyon*, 10(18), e37506. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2024.E37506>

- 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. *The TQM Journal*, 32(6), 1443–1466. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>
- Ridwan, S., Ermansyah, M. J., & Apriyana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1048–1070. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>
- Ridwan, S., Ermansyah, M. J., & Apriyana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1048–1070. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Safirda, D. A., & Salim, M. (2024). Customer Loyalty: The Influence of Company Image, Service Quality, and Customer Satisfaction as Mediators. *Gema Wiralodra*, 15(1), 77–86. <https://doi.org/10.31943/gw.v15i1.639>
- Sandra, T. A. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Maxim Dalam Perspektif Bisnis Islam. In *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (Vol. 13, Nomor 1)*.
- Santosa, S., Putra, A., Rachmat, S., & Yuli, T. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA POSPAY LOKET KANTOR POS CABANG MAJALENGKA 45400. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 14(2).
- Sari, Y. E., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2023). THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND RATINGS ON CUSTOMER SATISFACTION ON THE APPLICATION PT. BFI FINANCE INDONESIA TBK KARAWANG BRANCH PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APLIKASI PT. BFI FINANCE INDONESIA TBK CABANG KARAWANG.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research Methods for Business Students (9th ed.)*. Pearson Education Limited.

- Seeklogo. (n.d.). *BCA Mobile App logo [Logo]*. Seeklogo. Diakses pada 2024, dari <https://seeklogo.com/vector-logo/399947/bca-mobile-app>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.
- Setiawati, S. (2024). Cashless Makin Digemari, Ini 5 Digital Banking Pilihan Warga RI. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240610063016-128-545113/cashless-makin-digemari-ini-5-digital-banking-pilihan-warga-ri>
- Stefanie, C., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Perceived Value , Trust , Dan Customer Satisfaction Terhadap PENGARUH PERCEIVED VALUE , TRUST , DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA APLIKASI M-BANKING BCA DI JAKARTA BARAT. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 620–629. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13134>
- Sugangga, F. (2024, April 19). *Sharing Vision IT Business Outlook 2024: Transformasi penggunaan layanan digital*. Sharing Vision. Diakses pada 2024, dari <https://sharingvision.com/insight/sharing-vision-it-business-outlook-2024/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Trisnowati, J., Pujiani, D., & Susma, D. (2020). ANALISIS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA JASA GOJEK (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Surakarta).
- Woldemichael, T. M. (2024). Effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction: The Case of Ethiopian Electric Utility in South Western Region. *Journal of Multidisciplinary Cases*, 43, 24–30. <https://doi.org/10.55529/jmc.43.24.30>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (5th ed.). McGraw-Hill and Irwin.
- Gusfei, A. D., & Pradana, M. (2022). The Effect of E-E-Service Quality and E-Trust on Mobile Payment Application E-Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction as Intervening Variable. *Social Science Journal* , 12(2), 167–180.
- Prasetyo, B. (2021). *KEPUASAN KONSUMEN DI INDUSTRI SUVENIR DALAM PERSPEKTIF E-COMMERCE DAN KUALITAS LAYANAN*.

Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik, 5(1), 10–18.

<https://doi.org/10.30988/jmil.v5i1.467>

Wardhana, A., & Pradana, M. (2023). E-SERVICE QUALITY AND BRAND REPUTATION AS ANTECEDENTS OF BRAND CHOICE: THE CASE OF RIDE-HAILING APPLICATIONS IN SOUTHEAST ASIA. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(3), 387–400.

<https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i3.1033>