

DAFTAR PUSTAKA

- A Usmara (editor). 2003. *Strategi Baru Menejemen Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books
- Chrismardani, Yustina, 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal NeO-Bis* Vol.8 No.2: 176-189.
- Fauzi, Soni., Neneng Nurhasanah dan Nunung Nurhayati. 2016. Analisis Perbandingan Pemasaran *Word Of Mouth* dan Experiential terhadap Keputusan untuk Menjadi Nasabah di BRI Syariah KCP Cijerah Bandung. *Jurnal Prodi Keuangan & Perbankan Syariah Universitas Islam Bandung* Vol. 2 No. 1: 63-70.
- Fitriani, Nani. 2018. Peran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan *Word Of Mouth* Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol 18 No. 1: 40-51.
- Harsasi, Meirani. 2006. *Word Of Mouth* (WOM) dalam Industri Jasa:Kaitannya dengan Sikap dan Kemungkinan Membeli. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol 15 No : 31-41.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Ismail, Nawari. 2015. *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Lembaga Penerbit Samudra Biru.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank edisi revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, McDaniel. 2000. *Pemasaran buku 1*, Jakarta : Salemba Empat.
- Laporan RAT BMT Dana Barokah Muntilan 2015.
- Limakrisna, Nandan dan Susilo, Wilhelms Hary. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi Rambat, Hamdani A. 2006. *Menejemen Pemasaran Jasa edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya Offset.
- Mowen, Jhon dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi 5 Jilid 1&2 Alih Bahasa Lina Salim*. Jakarta: Erlangga.
- Musdiana, Rohmah Niah dan Sri Herianingrum. 2015. Efektivitas Pembiayaan Mudharabah dalam Meningkatkan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada BMT Nurul Jannah Gresik). *Jurnal JEBIS* Vol.1 No.1: 21-36.
- Nugraha, Finan Aditya Ajie., Suharyono dan Andriani Kusumawati. 2015. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta no 1-2 Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol 22 No 1: 1-7.
- Nurlatifah, Syifa Zakia dan R.Masykur. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol 17 No 3: 163-184.
- Octavianto, Yuda. 2013. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Mie Ayam Pak Agus di Kota Batu. *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol.3 No.1: 62-72.
- Pahrus. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kontribusi dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Memilih Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Yogyakarta)*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen edisi revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setyaningsih, Eka Dyah. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan *Word Of Mouth* melalui Minat terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan E-Banking pada Bank BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol. 22 No.1: 14-25.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.

- Soewadji, Jusuf. 2002. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, Herry dan Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Terence A. Shimp. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Yulista, Yera. 2012. Model *Word Of Mouth* dalam Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi. *Journal Communication Spectrum* Vol. 2 No. 1: 63-83.