

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Phillip Kotler. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Azmi, F. (2015). Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Minat Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Graduasi*.
- Azra, A. (2003). *Berderma Untuk Semua*. Jakarta: PT. Mizan Publika.
- Basu Swasta, D. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Berry, L. M. (1993). *Psychology At Work*. USA: Brown & Benchmark.
- Ellitan, L. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern*. Bandung: Alfabeta.
- Firdaus, S. (2017). Peranan inovasi produk dan layanan dalam meningkatkan daya tarik nasabah menabung di BMT Mu'allimin. *Jurnal Syarikah*.
- Hosen, F. U. (2015). Efektivitas Kredit Usaha Rakyat pada nasabah UMK BRI Warung Jambu dan BSM Cabang Bogor. *Jurnal Ekonomi Islam, Vol 6* .
- Jaroslav Belas, L. G. (2016). The relationship among customer satisfaction, loyalty and financial performance of commercial banks. *Economic and Management Journal*.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Magnadi, H. Y. (2017). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada BMT Al-Halim Temanggung. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Mangkunegara, A. P. (2001). *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Putranto Hari Widodo, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Promosi serta Minat Nasabah dalam Memutuskan Menabung di Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Pemalang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.

- Rahman, A. (2016). Customer Loyalty Toward Islamic and Conventional Banks; Mediator Role of Customer Satisfaction. *SSRN E-Journal*.
- Ravindra, V. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Perpindahan Merek Telepon Seluler Merek Lain Ke Merek Samsung.
- Rianto, M. N. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky Syakinah, A. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah. *E-JRA Vol. 07*.
- Sabol, S. J. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal Of Marketing*.
- Salvatore, D. (1997). *Ekonomi Internasional, alih bahasa oleh Haris Munandar edisi cetak 5 I*. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business. Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, A. R. (2004). *Psikologi: suatu pengantar dalam perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono. (2008). *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H. (2009). Strategi Optimalisasi Peran BMT Sebagai Penggerak Sektor Usaha. 3.
- Sumantika, A. (2018). Penurunan bunga KUR dan dampak negatifnya terhadap loyalitas nasabah UMKM Bank non penyalur KUR pada sektor mikro kecil.
- Suzy, W. (2008). Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Sepeda Motor. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*.
- Umar, H. (2010). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Welta, F. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Surya Barokah. *I-Economic Vol.3*.

Winkel, W. S. (2004). *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.