

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2016). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Al Arif, M. N. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alfindo, J. (2014). Pelaksanaan Personal Selling dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Penjualan (Kasus Pada PT. Artha Prima Finance Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, Vol 1, No. 2 : 1-15.
- Alhamdani, T. (2015). Evaluasi Promosi Pada Museum Galeri Candi Borobudur (Analisis SWOT Terhadap Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung). *Skripsi Gelar Sarjana*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Hafiz, A. (2018). Analisis SWOT Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pondok Indah. *Skripsi Gelar Sarjana*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Harper, I. (2016, Juni 20). "*Personal Selling*": Komunikasi Mesra Para Pemasar. Diambil kembali dari Kompas.com: Diakses Pada 7 November 2018. <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/20/193333326/.personal.selling.komunikasi.mesra.para.pemasar>.
- Harper, I. (2016, Juni 20). "*Personal Selling*": Komunikasi Mesra Para Pemasar. Diambil kembali dari Kompas.com: Diakses Pada 7 November 2018. <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/20/193333326/.personal.selling.komunikasi.mesra.para.pemasar>.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- Idris, M. (2016, Februari 25). *Ini Alasan Nasabah Syariah Perbankan Syariah RI Masih Minim*. Diambil kembali dari detikFinance: Diakses Pada 22 September 2018. <https://finance.detik.com/moneter/d-3151148/ini-alasan-nasabah-syariah-perbankan-syariah-ri-masih-minim>.
- Idris, M. (2016, Februari 25). *Ini Alasan Nasabah Syariah Perbankan Syariah RI Masih Minim*. Diambil kembali dari detikFinance: Diakses Pada 22 September 2018. <https://finance.detik.com/moneter/d-3151148/ini-alasan-nasabah-syariah-perbankan-syariah-ri-masih-minim>.

- Ikatan Bankir Indonesia. (2015). *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrayanti. (2015). Pengaruh Aktivitas Promosi Bank Mandiri dalam Menarik dan Mempertahankan Nasabah di Makassar. *Jurnal Penelitian dan Pembangunan*, Vol. 16, No. 1 : 65-75.
- Irviana, R. K., Nurmalina, R., & Suroso, A. I. (2008). Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Terhadap Bank Syariah di Wilayah DKI Yogyakarta. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 5, No. 2 : 87-97.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Koyong, M. D., Sumayku, S., & Kalangi, J. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 4 : 1-7.
- Kusniadji, S. (2017). Kontribusi Penggunaan Personal Selling dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, Volume 9, Nomor 2 : 176-183.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nasuka, M. (2017). Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti (Suatu Pendekatan Konsep Islamic Marketing). *Jurnal Syari'ah dan Hukum Diktum*, Volume 15, Nomor 2 : 191-205.
- Natalya, N. E. (2016). Implementation of Personal Selling PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk In Promoting Program Super Untung. *Jurnal Visi Komunikasi* , Volume 15, Nomor 02 : 171-188.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pasaribu, E. P., & Putranta, M. P. (2014). Faktor-Faktor Sukses Dalam Personal Selling. *Tesis, Gelar Magister Manajemen*, Universitas Atma Jaya.

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Primariyanti, M. S., & Firmansyah, E. A. (2017). Aplikasi Teori Personal Selling: Kasus Pada Bank Regional. *Jurnal Al Tijarah*, Vol. 3, No. 2 : 41-64.
- PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. (2019, Maret 14). *Tentang Muamalat*. Diambil kembali dari Bank Muamalat: <https://www.bankmuamalat.co.id/berita/nasabah-bank-muamalat-paling-loyal-versi-mri1> (Diakses Pada 26 April 2019)
- PT Bank Muamalat Tbk. (2016). *Profil Bank Muamalat*. Diambil kembali dari Bank Muamalat: <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> (Diakses Pada 13 Maret 2019)
- PT Bank Syariah Mandiri. (2015). *Laporan Berkelanjutan 2015, Semangat Perubahan untuk Pertumbuhan Berkelanjutan*. Jakarta: PT Bank Syariah Mandiri.
- PT Bank Syariah Mandiri. (2017). *Laporan Tahunan 2017, Tumbuh Sehat Berkelanjutan, Mengalirkan Berkah untuk Negeri*. Jakarta: PT Bank Syariah Mandiri.
- Rispawati, D. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Guna Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau dari Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan (Kasus pada Perum Perumnas Cabang Mataram). *Jurnal Ilmiah Professional Indonesia*, Vol. 2, No. 1 : 103-116.
- Rusliani. (2017). Analisis Model Promosi Bank Muamalat Indonesia Terhadap Market Share Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 8, No 1 : 87-104.
- Sandy, K. F. (2017, November 23). *Bank Syariah Mandiri Buka Kantor Cabang Baru di Yogyakarta*. Diambil kembali dari SindoNews.com: Diakses Pada 02 Oktober 2018. <https://ekbis.sindonews.com/read/1259963/178/bank-syariah-mandiri-buka-kantor-cabang-baru-di-yogyakarta-1511430007>.
- Setiawan, S. R. (2017, November 8). *Ini Cara BI Agar Pangsa Bank Syariah Membesar*. Diambil kembali dari Kompas.com: Diakses Pada 22 September 2018. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/155346726/ini-cara-bi-agar-pangsa-bank-syariah-membesar>.
- Setiawan, S. R. (2017, November 8). *Ini Cara BI Agar Pangsa Bank Syariah Membesar*. Diambil kembali dari Kompas.com: Diakses Pada 22 September

2018. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/155346726/ini-cara-bi-agar-pangsa-bank-syariah-membesar>.
- Shofian, F. (2015). Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) dalam Advertising terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT Djarum (Djarum Super). *Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis*, (Diakses Pada 24 September 2018).
- Sholihin, A. I. (2016, November 18). *Menggagas Bank Syariah Nusantara*. Diambil kembali dari my sharing.Keuangan Syariah: Diakses Pada 24 Oktober 2018. <http://keuangansyariah.mysharing.co/menggagas-bank-syariah-nusantara/>.
- Sholihin, A. I. (2016, November 18). *Menggagas Bank Syariah Nusantara*. Diambil kembali dari my sharing.Keuangan Syariah: Diakses Pada 24 Oktober 2018. <http://keuangansyariah.mysharing.co/menggagas-bank-syariah-nusantara/>.
- Silviana, & Putra, P. (2017). Model AIDA Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Nasabah Mengambang Perbankan Syariah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 1 : 10-21.
- Stevani, F., & Ningrum, I. K. (2018). Strategi Integrated Marketing Communication untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil Amanah 99 Bojonegoro. *Jurnal Edunomic*, Vol. 6, No. 1 : 1-10.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, H., & Umam, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wijaya, A. (2006). Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Terhadap Bank Syariah di Wilayah Yogyakarta dan Implikasi Pemasarannya. *Tesis Gelar Magister Manajemen*, Institut Pertanian Bogor.