

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Y. P., & Soemarso, E. D. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, dan Kepercayaan Terhadap Word Of Mouth dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT BRI Syariah KCP Ungaran. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan*. Vol.5. No 1.
- As'ad, S., & Utama, S. (2018). *Modul Komputer Statistika*. Yogyakarta: Laboratorium Mini Banking Prodi Muamalat FAI UMY.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Daryanto, & Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Fatah, R. H. A., & Setyadi, S. (2016). Kinerja Manajerial dan Persepsi Nasabah Terhadap Perbankan Syariah di Jawa Barat. *Jurnal AL-TIJARY*, 1(2).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ilahi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Indriani, A. A. S. I., & Nurcaya, I. N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan pada Pt. Auto Bagus Rent A Car Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 4(5).
- Kotler, P., & Amsrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Mahadin, B. K., & Akroush, M. N. (2019). *A study of factors affecting word of mouth (WOM) towards Islamic banking (IB) in Jordan. International Journal of Emerging Markets, Emerald Publishing Limited 1746-8809 DOI 10.1108/IJOEM-10-2017-0414.*
- Meilani, A., & Pujiwati, A. (2017). Persepsi Pengajar di Pesantren terhadap Bank Syariah. Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Peilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga. Jurnal ISBN: 978-602-361-067-9.
- Ms, A. M. H., Surur, A. T., & Marlina. (2015). Peran dan Potensi Kyai Pesantren dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah di Pekalongan Tinjauan WOM Marketing Dan Buzz Marketing. *Jurnal Penelitian, 11(1)*.
- Nugraha, C. A., Riyanto, J., & Gozali, I. (2017). Pengaruh Persepsi Dan Nilai Nasabah Terhadap Tingkat Kepercayaan Bank (Studi Pada Nasabah Bank BPR Syariah Di Kota Semarang). *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen, 32(1)*.
- Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Perdana, M. R. P., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Word of Mouth serta Pengaruh tidak Langsung dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi pada Rs Marzuki Mahdi Bogor). *Diponegoro Journal of Management, 0(0), 405–414*.
- Prasetyo, A. Y., Fauzi Dh, A., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Program Studi Ilmu

- Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015, 2015/2016, Dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Dan Menggunakan Sepatu Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(3), 207-214–214.
- Putro, B. S. W., & Wardiningsih, R. T. & S. S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Citra Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Word of Mouth sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3).
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Risti, A. P. E., & Usman, M. N. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek, dan Nilai Yang Dirasakan dengan Variabel Intervening WOM terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 99–112.
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Word of Mouth, Niat Beli dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 31–42.
- Robbins, S. P. (2001). *Perilaku Organisasi (Jilid 1)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Rohim, A., & Arvianto, S. (2017). Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Word of Mouth dengan Customer Loyalty sebagai Variabel Mediasi (Study Kasus di CV Putra Putri). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Satmoko, T. D., Waluyo, H. D., & Ngatno, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth, Melalui Kepercayaan dan Kepuasan

- Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 266–275.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy, Silviana, & Melone. (2011). *Killed By The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, H., & Umam, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Lembaga keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ujia, N., & Munawaroh, RR. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli Online. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19, 2.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- <http://blog.umy.ac.id/nuansadunia/umy/> diakses pada 17 November 2019