

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy & Hartono, Jogiyanto (2015). *Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Ahidin, Udin & Ribka, Stephany (2018), *Membangun Kepuasan Nasabah melalui Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Pinjaman PT BPR Prima Kredit Mandiri Cab. Ciputat Kota Tangerang Selatan*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol 1 No 2.
- Arikunto, Suharsimi, (2010) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rieneka Cipta
- Asiyah, Binti Nur (2014). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Teras
- Bank Indonesia, (2018), *Survei Pelanggan Indonesia Triwulan II-2018*, sumber www.bi.go.id
- Bashir, Mohamed Sharif (2012), *Analysis of Customer Satisfaction with the Islamic Banking Sector: Case of Brunei Darussalam*, *Asian Journal of Business and Management Sciences*. ISSN: 2047-2528 Vol. 2 No. 10 [38-50]
- Ferdinand, Augusty, (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Edisi 2, Semarang: FE Undip.
- Frangos, Christos C., et all (2012) *Factors Affecting Customers' Decision for Taking out Bank Loans: A Case of Greek Customers*. *IBIMA Publishing Journal of Marketing Research & Case Studies* <http://www.ibima-publishing.com/journals/JMRCS/jmrscs.html> Vol. 2012 (2012), Article ID 927167
- Frontier (2018). *Top Brand Indeks 2018*, sumber: www.topbrand-award.com
- Gardenia, Yulisa (2007), *Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Bank*., Jurusan Manajemen, Fak Ekonomi, Universitas Gunadarma.

Hair, J. F Anderson R. E & Tatham, R.L. (1998). Multivariate Data analysis, fifth Edition, New Jersey: Pretince Hall Inc

Hamid et all (2013), Customer's Preference On Islamic Banking And Services: The Influence Of Knowledge, Awareness, And Satisfaction. MARA, Malaysia, Malaysian Accounting Review Vol 12 no 1

Ika, Vinansius dan Wihananto, Bambang (2015), Analisis Pengaruh Kebijakan Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Sun City dan Luxury Club Jakarta, STIE Bisnis Indonesia.

Ikatan Bankir Indonesia (IBI). Mengelola Kredit secara Sehat, Modul Sertifikasi Bidang Kredit Tingkat I untuk Credit Officer, LSPP-IBI. (2016). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Irwinda N.T & Andi Lolo (2011), Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Yang Menabung Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Makassar Kartini, Universitas Hasanudin.

Ivone, Olivia (2010), Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas nasabah Kredit di Mediasi dengan Variabel Kepuasan. (Studi Persepsi Nasabah pada Unit unit BRI Cabang Karanganyar, Universitas Sebelas Maret.

Juiati & Emilia. (2017). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah tipe 36 pada CV Perdana Laju Mandiri di Guntung Manggis Kota Banjarbaru. Jurnal Scientific Vol I Juli- Okt 2017

Karim, Adiwarmarman (2007). Bank Islam, Analisis fikih dan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip & Keller, L. Kevin. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, L. Kevin. (2012). Marketing Management.15th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2009). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Laksana, Nyoni (2011), Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit Berjangka Pada Bank Jateng Cabang Semarang.

Leorance. Survei Konsumen KPR: Bunga menjadi Pilihan Utama .Majalah Property-in Edisi 9/IV/September 2018

Lovelock, Chirstopher & Wirtz, Jochen, (2011), Services Marketing, People, Technology, Strategy, 7th Edition, New Jersey: Pretince Hall Inc.

Lubis, A.R. S dan Chan, Syafrudin (2016), Penerapan Marketing Mix dan Keputusan Menabung Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Kota Banda Aceh dan Aceh Besar, Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, SSN 2302-0199, pp 86-94, Volume 5 no 1.

Lupiyoadi, Rambat, (2006), Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek), Jakarta: Salemba Empat.

Nastiti N, Rizki dkk. (2013), Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Metode *Structural .Equation Modelling* (SEM). (Studi Kasus di UKM Teguh Raharjo Ponorogo), Universitas Brawijaya.

Oktavianingrum, Yesi dan Noor, Iswan (2016), Analisis Preferensi Nasabah terhadap Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) antara Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional (Studi Kasus di Kota Malang), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Rahmawaty, Anita (2015), Model Syariah Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas pada Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah, Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum. Vol. 49, No. 2

Ratmiko, Atik Septi Winarsih (2005). Manajemen Pelayanan, Pengembangan Model, Konseptual, Penerapan Chapter & Standar Pelayanan Minimal. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Sa'adah, Nailus. (2010), Analisis Terhadap Alasan Masyarakat untuk menjadi Nasabah BNI Syariah ditinjau dari perspektif Marketing Mix, Konsentrasi Perbankan Syariah Prodi Muamalat (ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum, Skripsi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.

Santoso, Singgih, (2014). Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS, Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Saraswati, Ayu Utami. Digital Banking Makin Trending. Majalah Infobank Edisi no 484 Oktober 2018 Vol XL

Sekaran, Uma and Bougie, Roger. (2010). Research Methods for Busines: A Skill Building Approach, London :John Willey and Sons, inc

Sholihin, Mahfud & Ratmono, Dwi (2013) Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier ddalam Penelitian Sosial dan Bisnis, Yogyakarta: Andi.

Simamora, Elisabeth R. (2007), Analisis Faktor – Faktor yang Membangun Kepuasan Nasabah Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris Nasabah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Semarang). Program Pasca Sarjana Universitas diponegoro Semarang.

Sugiyono (2010). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RnD), Bandung: Rosda

Sumarwan, Ujang (2011). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Sunyoto, Danang. (2012). Dasar- dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus. Yogyakarta: CAPS.

- Susanti, Deery Anzar (2016), Analisis Pagaruh Harga, Promosi, Pelayanan dan Kualitas Produk Online terhadap Kepuasan konsumen Online secara Syariah. STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura Langkat, Jurnal Analytica Islamica, Vol 5, No 2.
- Tjiptono, Fandy, (2007). Pemasaran Jasa. Edisi 1. Malang: Bayumedia Publishing.
- Widyasari dkk (2017), Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merk terhadap Kepuasan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris pada Koran Harian Suara Merdeka di Kota Semarang), Universitas Stikubank Semarang. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol 5 no 1
- Yulisafitri, Roisah, R. dan Iskandar, I. (2013), Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Tabungan Negara KCP Kopo. Fak Ekonomi, Universitas BSI.
- Zeithaml, Valerie A & Bitner, Mary jo. (2003). Service Marketing. New York: McGraw Hill Inc, Int'l Edition