

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Sadikin. (2009). "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Cemical Oxford Pada Pt. Bintang Duta Cabang Medan."
- Ahmad, Khaliq., Rustam, Ghulam A., Dent, Michael M. (2011). *Brand Preference in Islamic Banking*. Journal of Islamic Marketing. 1(2): 74-82.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah, dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin, Zainul. (1999). *Memahami Bank Syariah*. Alvabet. Jakarta.
- Arifin, Zainul. (2005). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta : Pustaka Alvabet.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Ascarya. (2008). *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Norzalita dan Yasin Norjaya. (2010). *Analyzing the Brand Equity and Resonance of Banking Services : Malaysian Consumer Perspective*. International Journal Marketing Studies. 2(2): 180-189.
- Badan Pusat Statistik, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2010-2011, www.bps.go.id
- Bank Indonesia, "Buku Kajian Akademik Pemeringkat Kredit Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia", (Jakarta: Bank Indonesia, 2011). www.bi.go.id. Diakses tanggal 08 Februari 2013.
- Bank Indonesia Kantor Pusat. (1999). *Buku Pedoman Operasional*. Jakarta: BI Kantor Pusat.
- Boyd, Happer W, Walker, Orville C, dan Larreche, Jean Claude. (2000). *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global*. Alih Bahasa Imam Nurmawan, Erlangga.
- Chamidun, Ali. (2015). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus di BMT Barokah Magelang)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga.

- Felna Ahmad, Taufan dan Pratomo Ario, Wahyu (2013). *Analisis Permintaan Kredit Pada Usaha Mikro dan Kecil Kecamatan Medan Johor*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan: Vol.1, No.2, Januari.
- Gerrard, P., and Cunningham, J.B. (1997), “*Islamic banking: a study in Singapore*”, International Journal of Bank Marketing, Vol.15, No. 6, pp, 204-216 of Bank Marketing, Vol. 15, N0 6, pp. 204-216.
- Ghazali, Ahmad. (2005). *Serba-Serbi Kredit Syariah Jangan Ada Bunga Diantara Kita*. Jakarta : Media Komputindo.
- Ghozali, P. D., (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hanafi , Imam. (2007). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada Bmt Amratani Utama Yogyakarta*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Syariah UIN Yogyakarta.
- Hasan, Iqbal. (2008). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Sutan Emirdan Al-Bawardi, Nouf. K. (2012). *Non-Muslims’ perceptions toward Islamic banking services in Saudi Arabia*. Journal of US-China Public Administration, 9(6), 654-670.
- Himpunan Fatwa DSN_MUI, 2003:36
- Himpunan Fatwa DSN_MUI, 2003:58
- Humaemah, Ratu. (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etnis China-Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mega Indonesia)*. Skripsi. Universitas Indonesia
- Ifham (2015). *Ini Lho Bank Syariah : Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*. Jakarta: PT. Gramdia Pustaka Utama
- Jogiyanto, (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Penerbit, Andi. Yogyakarta.
- Kara, Muslimin. (2013). *Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Vol. XIII, No. 2, Juli.

Kasmir. (2005). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kementrian Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994

K.H. Ma'ruf Amin. (2007). *Prospek Cerah Perbankan Syariah*, Cet. I, Jakarta : LeLAS, 2007, hal 134

Kompas, Keterbatasan UKM Dalam Meraih Pembiayaan Bank Syariah, www.kompas.com.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisikedelapan.. Jakarta: Erlangga.

Lubis, Renol dan Mahalli, Kasyful. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengusaha Umk Untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Modal Kerja Pada Bank Syariah Di Kota Medan*. *Ekonomi dan Keuangan*, 2(2).

Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Jasa Teori dan Praktik*, Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.

Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis*. Introduction to Business. Alih Bahasa Saroyini W.R. Salib, Salemba Empat, Jakarta.

Muhammad. (2005). *Bank Syariah : Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), h. 128

Muchlis, Mustakim. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Bank (Bank Syariah Vs Konvensional)*.

Mustofa, H., & Gudono, D. (2008). *Pengaruh persepsi atas dukungan organisasional dan kepuasan kerja terhadap komitmen organisasional karyawan outsource PT IMS yang ditempatkan di Bank X* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

Nawawi, Hadari, Prof, (1990). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Nawi, Farah Amalina Md, Yazid, Ahmad Shukri, dan Mohammed, Mustafa Omar. A Critical Literature Review for Islamic Banks Selection Criteria in Malaysia. *International Business Research*, Vol. 6, (No.6): 143-151.

- Pursetyaningsih. (2008). *“Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi, Keterpaksaan Berpindah, dan Rekomendasi pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank ”*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 1 No.3, Desember 2008.
- Raje, Archana., and Vandana, Tandon Khanna. (2012). Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an On-line Shopping. IJCSMS
- Riduwan, D., & Sunarto, D. H., (2009). *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Robbani, Shoffa. (2013). *Analisis tentang Kepahaman Nasabah BNI Syariah Terhadap Kesayriaan BNI Syariah (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Godean Sleman, Yogyakarta)*. Vol: No.1. Desember.2013. website.
- Robiah, I’ah. (2010), *“Analisis Pengaruh Etiket, Komunikasi dan Reputasi terhadap Kepercayaan dan Komitmen serta Dampaknya pada Kereliasan Nasabah Debitur (Studi Kasus pada Bank Perkreditan Rakyat Parung Panjang)”*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta. Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis.
- Sadewi, Bher L. (2012). *Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedes terhadap Keputusan Pembelian pada PT Bank Rakyat Indonesia*, Tbk Kantor Cabang Solo Kartasura. Skripsi tidak diterbitkan. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : PT Indeks.
- Sholahuddin, Muhammad. (2013). *Tantangan Perbankan Syariah Dalam Peranannya Mengembangkan UMKM*.
- Sholahudin, Muhammad dan Hakim, Lukman.(2008). *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Syariah Kontemporer*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Siregar, Mulya. (2002). *Agenda Pengembangan Perbankan Syariah Untuk Mendukung Sistem Ekonomi Yang Sehat Di Indonesia : Evaluasi, Prospek Dan Arah Kebijakan*.
- Sukardjo, Margono. (2004). *Metode Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sumitro, Warkum. (1997). *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait Di Indonesia*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: AlfaBeta.

- Sugiyono, P. D., (2007). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2008). *Inovasi produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen Sebagai Penentu Pertumbuhan Perusahaan*. Jurnal Agribisnis, Manajemen dan Teknologi, 13(1).
- Suryana, Yuyus. (2009). *Efektivitas Pesan Pada Komunikasi Bisnis Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Bank BCA Semarang*. Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi. Universitas Widyatama.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, T. T. (2009). *UMKM di Indonesia, cetakan pertama*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- TP, Nurhalimah, (2005). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan bank syariah dalam upaya pengembangan usaha kecil di sumatera utara*, <http://repository.usu.ac.id/> (09 April 2013).
- Tjptono, Fandy., Chandra, Gregorius., dan Andriana, Dadi. 2008. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat (12)
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Prinsip Pemberdayaan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah
- Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan, Eksistensi Perbankan Syariah di Indonesia
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 Ayat (1)

Wijaya,T. (2008). *Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM*,Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 2, September 2008: 93-104

www.depkop.go.id

Widagdo, Herry. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. In Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP (Vol. 1, No. 1, pp. 1-10).

www.kompas.com

Yupitri, Evi., & Sari, Raina Linda. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Ekonomi dan Keuangan*, 1(1).

Zuhdi, Masyfuk. (1988). *Studi Islam*, vol. 3. Jakarta : Rajawali Press.

Zainul Arifin, (1999). *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*. Jakarta: Alfabet, h. 2.