

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

Amstrong, K. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga,2008.

Arif, M. R. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: UNDIP.

Irawan, F. W. (2000). *Pemasaran Prinsip dan Kasus edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.

Ismail. (2013). *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.

James F.Engel, R. D. (Tanpa Tahun). *Panduan Riset Perilaku Konsumen, jilid 1*. Tangerang: Binarupa Aksara Publisher.

Jerry, J. P. (2013). *Perilaku Konsumen&Strategi Pemasaran edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.

Karim, A. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan edisi kelima*. Jakarta: PTRajagrafindo.

Kasmir. (2006). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Managemen*. Prentice Hall.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen Pemasaran edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hlm.70. . Jakarta: Salemba Empat.
- Masri, S. S. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Philip Kotler, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran edisi keempat belas*. Jakarta: Index.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sonny, S. (2004). *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudarsono, H. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustri*. Yogyakarta: EKONESIA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- UMY, P. M. (2016). *Modul Komputer Statistik*. Yogyakarta: UMY.
- Wahjono, S. I. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Arikel dan Skripsi

Agustina, R. (2015). Analisa 7P Dalam Startegi Pemasaran Produk. *Skripsi*.

Akbar, D. A. (Vol. 2. No.1 Juli 2016). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang).*Jurnal I-Economic*, Hal 1-18.

Beatric M . J. Kondoy, B. T. (2016). Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menajadi Nasabah Di BPR Prisma Dana Manado. *Jurnal EMBA Vol 4*, Hal 1025-1036.

Detha Alfrian, F. Z. (Vol. 6 No. 2 Desember 2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang) . *Jurnal AJurnal inistrasi Bisnis (JAB)* , Hal 1-10.

Istiqomah, Y. N. (Volume. 3, Nomor.2 tahun 2015). The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Products . *Global Review of Islamic Economics and Business*, Hal 74-98.

Khairinnisa, D. (Volume XXI, Nomor 2 Agustus 2014). Marketing Starategy Of Students Perceptions To Save In Syariah Banking At Sriwijaya University Palembang. *Jurnal EconoSains*, Hal 1-14.

- Ritonga, D. P. (Volume.1 Nomor.1, Desember 2012). Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran . *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Hal 61-69.
- Rokhman, Z. d. (Volume 4, Nomor 1, Juni 2016). Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus . *Jurnal Ekonomi Syariah* ,Hal 97-113.
- Shofwa, Y. (Vol. 4 No. 1 Januari - Juni 2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada Bsm Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam (Islamic Economics Journal)* , Hal 189-217.
- Tara, N. (ISSN 2161-7104, Volume. 4, Nomor. 3 tahun 2014). Factors Influencing Adoption of Islamic Banking: A Study From Pakisitan. *Journal of Public Administration and Governance* , Hal 352-367.
- Lestari, I. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Jogokariyan Untuk Menabung di Bank Syariah Yogyakarta. *Skripsi*.
- Samsiyah, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Vol. XXI. *Jurnal Ekonomi _ ISSN*, Hal 135-146.
- Wahab, S. (Volume 2, Nomor 2, Agustus 2013). Marketing Mix Dan Religi Terhadap Minat Masyarakat . *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* , Hal 66-78.

Website

www.ojk.co.id, diakses pada 29 September jam 21:55 wib.

www.bi.go.id, diakses pada 1 Oktober jam 11:30 wib.

Sp2010.bps.go.id, diakses pada 14 September jam 16:01 wib.

www.syariahmandiri.co.id, diakses pada 28 November jam 14:00 wib.