

Daftar Pustaka

- Al Ghammari dan Ahmed. 2017. Customer's Switching Intention in Oman's Banking Industry. *Jurnal of Bussines & Financial Affairs*, Vol.6, No.2, hal 1-6
- Al Hazmi Addis dan Emma Yulianti. 2013. Peran Kualitas Jasa dan Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas dan Niat Beralih Nasabah PT Pegadaian di Surabaya. *Journal of Bussines and Banking*, Vol. 3, No.2, hal 165-176
- Alumul, Hidayah AA. 2007. *Metode Penelitian Kebidanan dan Teknik Analisis data*. Jakarta: Salemba Medika
- Amalia, Fitri. 2014. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Al- Iqtishad*, Vol. 6, No. 1, hal 116-125
- Anderson, R. E dan Swaminathan, S. 2011. Customer Satisfaction and Loyalty in e-markets: A PLS Path Modeling Approach. *Journal of Marketing Theory a Practice*. Vo. 19. No. 2, hal. 221-234
- Aydin, Serkan., Ozer, Ghokan., dan Omer Arasil. 2005. Customer Loyalty and the Effect of Switching Cost as a Moderator Variable : A Case in the Turkish Moble Phone Market. *Marketing Intellgence & Planning*. Vol. 23, No. 1, hal 89-103
- Azzahroh Evrita Putri. 2016. Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Pemediiasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Lima Bank Syariah di Indonesia. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*
- Bansal, Havir S, Taylor Shiley F, dan Yannik St James. 2005. Migrating to New Service Provider: Toward a Unifying Framework of Customers Switching Behaviors. *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 33, No. 1, hal. 96-115
- Bolton, Ruth N dan Lemon, Katherine N. 1999. A Dinamic Model of Customers' Usage of Service: Usage as an Antecedent and Consequences of Satisfaction. *Journal of Marketing Research*. Vol. 36, No. 2, hal: 171-186
- Cahyana, L. 2003. *Islam Jamaah dibalik Pengadilan Media Masa*, Universitas Michigan: Benang Merah

- Chang, C S, Su-Yueh C, dan Yi-Ting L. 2013. Service quality, trust and Patient Satisfaction in Interpersoal- based Medical Service Encounters. *BMC Health Services Research*. Vol. 13, No. 22, hal 2-11
- Dessyani, J E. 2016. Pengaruh Switching Cost Terhadap Word Of Mouth Dengan Switching Intention Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Layanan Kurir JNE di Samarinda. *Skripsi Universitas Sanata Darma*
- Dick, Alan S dan Basu, Kunal. 1994. Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framwork. *Journal of Academy of Marketing Science*. Vol. 22, No. 2, hal 100-113
- Emzir. 2009. Metodologi Penelitian: *Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Garbanio, Ellen dan Mark S. Johnson. 1999. The Defferent Roles of Satisfaction, Trust, dan Commitment in Customer Relationships. *Journal Of Marketing*. Vol. 63, No. 2, hal. 70-87
- Ghozali, Imam. 2014. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang
- Griffin, Jill. 2007. *Customer Loyalty, Edisi Revisi dan Terbaru*. Jakarta: Erlangga
- Gurjeet Kaur, Sharma RD dan Neha Mahajan. 2012. Emerald Article: Exploring Customer Switching Intention Through Relationship Marketing Paradigm. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 30, No. 4, hal. 280-302
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama
- Hsiung, L C. 2011. Study on the Relationships Between the Brand Image and Customer Satisfaction in Catering Businesses. *African Journal of Bussines Management*, Vol. 5, No. 18, hal. 7732-7739
- Huang, Chung-fah dan Lien, Ho-Chin. 2012. An Empirical Analysis of The Influences of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance of Taiwan's onstruction Industry: Using Corporate Image as a Mediator. *Contruction Management and Economics*. Vol. 30, No. 2, hal 263-275

- Huda Nurul, Khamim H, Rizal F, Badrusa'diyah, Dea M, dan Dian S. 2015. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana
- Hussein, Ananda Sabil. 2015. *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya
- Indrianto, Supomo. 2014. *Metode Penelitian*. Gramedia. Jakarta
- Ismail, Nawari. 2015. *Metodologi Penelitian untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru
- Jogiyanto, HM dan Willy A. 2014. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE
- Junaidi, Shellyana dan Darmmesta BS. 2002. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 17, No. 1, hal 91-104
- Junaidi, Shellyana dan Dharmmesta Basu S. 2002. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 17, No. 1, hal. 91-104
- Kotler Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Milang, Ramadina. 2007. Analisis Pengaruh Switching Cost Terhadap Switching Intention Konsumen GSM Pascabayar: Studi kasus Pengguna Kartu Halo Telkomsel di Jakarta. *Skripsi Manajemen Pemasaran*
- Mohsan, F., Nawaz, M.M., Khan, M.S., Shaukat, Z., dan Aslam, N. 2011. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Bussines and Social Science*. Vol. 2, No. 16, hal: 263-270
- Moorman, Christine, Rohit Desphande dan Gerald Zaltman. 1993. Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal of Marketing*, Vol. 57, No. 1, hal. 81-101

- Morgan, Robert M dan Hunt Shelby D. 1994. The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, hal. 20-38
- Nelloh, Liza Agustina M, dan Liem Carolina. 2011. Analisis *Switching Intention* Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.6. No.1
- Nugroho J Setiadi. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Okidarsah M, 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Switching Barrier Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Perusahaan Asuransi Kerugian. *Tesis dipublikasikan oleh Magister Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember*
- Oliver, R L. (1980). A Congitive Model of The Antecedents and Consequences of Satiffaction decisions. *Journal of Marketing Research*, Vol 17, hal 460-469
- Perwataatmadja, Karnaen. 2005. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Prasaranphanich. 2007. *Perilaku Konsumen: Analisis Model keputusan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Rahi Samar. 2016. Impact of Customer Perceived Value and Customer's Perceptionof Public Relation on Customer Loyalty with moderating Role of Brand Image. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol.21, No. 2, hal 1-14
- Rofiq, A. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan e-commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia). *Tesis. Universitas Brawijaya, Malang*.
- Ruyter, Ko De dan Wetzel, Martin. 1999. Commitment in Auditor Client Relationship: Antecedents and Consequences. *Accounting, Organization and Society*, Vol. 24, No. 2, hal. 57-75
- Rynes, S L dan Cable, D M. 2003. Recruitment Research in the Twenty-First Century W. Borman, D. Illgen, & R. Kimoski, (Els) *Handbook of Psychology, Vo.12: Industrial and Organizational*

- Sartore-Baldwin dan Walker. 2011. The Process Of Organizational Identity: What Are The Roles Of Social Responsiveness, Organizational Image, and Identification. *Journal of sport Management*, Vol. 7, hal 489-505
- Satriyanti, Evi Oktaviani. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Bussiness and Banking*. Vol. 2, No. 2, hal. 171-184
- Sirdeshmukh, D., J. Singh dan B. Sabol. 2002. Customer Trust, Value and Loyalty in Relation Exchange. *Journal of Marketing*. Vol. 66, No. 1, hal: 15-37
- Stephen L. Sodoh Jr, Maznah Wan Omar, Nabsiah Abdul Wahid, Ishak Ismail, dan Amran Harun. 2007. The Effect of Brand Image on Overall satisfaction and Loyalty Intention In the Context of Color Cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*. Vol. 12, No. 1, hal 83-107
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sula, MS, dan H Kartajaya. 2006. *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan
- Sutisna, Prawitra T. 2006. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakaryalor
- Taylor, Steven A dan Hunter, Gary. 2003. An Exploratory Investigation Ito the Antecedents of Satisfaction, Brand Attitude and Loyalty Within the (B2B) e CRM Industry. *Journal of Customer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 16, No. 1, hal 19-35
- Tenenhaus, M., Vinzia, V.E., Chatelin, Y-M, dan Lauro, C. 2005. PLS Path Modelling. *Computational Statistics & Data Analysis*, Vol. 48, hal 159-205
- Tjahningsih Endang dan Ali Maskur. 2015. Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Klien Asuransi Prudential Pru Vision Kabupaten Pati). *Universitas Stikubank Semarang*

- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. *CRM (Manajemen Hubungan Pelanggan) Konsep & Kasus*. Jakarta: Harvarindo
- Warjiyo, Perry dan Solikin. 2003. *Kebijakan Moneter di Indonesia*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI
- West Richard dan Turner Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika
- Wikaningrum Tri. 2011. Praktek Dan Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Siasat Binis*, Vol 15, No.1, hal: 99-123
- Wikrami, Ida Ayu Widya P dan Mandala. 2017. Pengaruh Switching Cost Terhadap Worm Pada Nasabah Bank Central Asia di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No.6, hal: 2967-2994
- Wulandari, Viska. 2016. Pengaruh Switching Cost Terhadap Word Of Mouth Dengan Switching Intention Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Layanan Kurir Jne Di Samarinda. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan akuntansi*, Vol 18, No.2, hal: 157-165
- Zakiy Muhammad dan EP Azzahroh. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3, No.1
- Zhang and Breugelmans. 2012. The Impact of an Item-Based Loyalty Program on Customer Purchase Behavior. *Journal of Marketing Research*, Vol 49, No.1, hal 50-65
- Zikmund W.G. 2003. *Bussines Reseach Method, (Eleven Edition)*. Orlando, Philadelphia, USA: The Dryeden Press, Harcourt College Publisher
- Zulganef. 2002. Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan dengan Kualitas Keterhubungan, Serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 2, No. 3, hal. 98-115

Website:

<http://bit.ly/2IKOJ2k> diakses pada tanggal 02/11/2017, 11.45

<http://bit.ly/2pA5vbI> diakses pada tanggal 12/12/2017, 01:14

<http://bit.ly/2IIABqj> diakses pada tanggal 13/12/2017, 21:38

<http://bit.ly/2ijWumY> diakses pada tanggal 02/11/2017

www.bankmuamalat.co.id diakses pada tanggal 02/11/2017