

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliansi, Fitri., Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati., 2014, *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya)*. Universitas Brawijaya , Malang.
- Bowo, N.H. (2003, May). Analisis pengaruh kepercayaan untuk mencapai hubungan jangka panjang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. vol.2. no. 1. Retrived May, 2003, pp. 85-92.
- Endang Tjahjaningsih dan Maurine Yuliani (2009), “Analisis Kualitas Produk Dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampak Terhadap Loyalitas Merek HP Nokia”, *Jurnal Telaah Manajemen*, Vol. 6, Edisi 2, Hal 104-118, ISSN: 1693-9727.
- Ellena, Frieda (2011), *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam (2008). Model Persamaan Struktural : Konsep & aplikasi dengan program AMOS 16.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gronross, Christian, 1990, “Relationship Approach To The Marketing Function In Service Contexts”, *Jurnal of Business Researsch* 29 (1) : 3-12.
- Heruswanto, I. 2009. Relationship Marketing: Konseptualisasi Serta Implikasi. *Usahawan*. No. 6. Pp. 49-52
- Isnadi, Didik S.E, 2005, *Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Nilai Nasabah dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT Bank BRI Kantor Cabang Pekalongan)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Ed. 13. Jakarta: Erlangga.
- and Controll. International Edition, Uppersadle River, Prentice Hall Inc. New Jersey.
- Martini, Luh Kadek Budi (2013). *Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment dan Customer Loyalty (Studi Pada Sebuah Bank Nasional Di Depansar)*. *Universitas Mahasaraswati Denpasar*.
- Murti, Herdina Sasanti. (2013). Pengaruh Dimensi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Katering Prima Semarang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Ndubisi, N.O. (2007, March). Relationship marketing and customer royalty. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 25, No. 1, pp. 98-106. Retrieved 2007, from ABI/INFORM (Proquest) database.
- Rahmawati, Novia Yuliana, 2013, *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang malang*. *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Samuel, Hatane (2012). Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra Surabaya*, Vol 7, No.1, ISSN 1907-235X.
- Sucahyo, Afan Doni., Achmad Fauzi, Zainul Arifin, 2011, Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing: Pemasaran Hubungan Pelanggan Dalam Meningkatkan

Kepuasan dan Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Mitra Usaha Rakyat Kantor Cabang Bojonegoro), *Jurnal Universitas Brawijaya Malang*, Vol 7, No.1, pp. 151-156.

Sugiyono, (2008). *Metode penelitian bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung (2009). *Statistika untuk penelitian*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy (2001). *Pemasaran Jasa*. Penerbit : Andy, Yogyakarta _____
(2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama, Bayu Media Publishing Malang.

Wang, I-Chiang, Huang, Chien-Yu, Chen, Yen-Chun, Lin, Yu-Ru. 2009. The influence of customer relationship management process on management performance. *The international journal of organization innovation*. p 40-50.

<http://energiislam.blogspot.com>, diakses pada 6 mei 2015, pukul 20.30 WIB.