

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Joseph P. Guiltinan dkk, 1994, *Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran, Edisi 2*, Penerbit Erlangga, Jl. H. Baping Raya No. 100. Ciracas – Jakarta 13740 (Anggota IKAPI)

Drs. H. Indriyo Gitosudarmono, M.Com. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua* penerbit: BPFE-YOGYAKARTA, Anggota IKPI No. 008

Hari Sudarsono, 2008, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi, Edisi 3,* Penerbit Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, penerbit: INTERMEDIA

Philip Kotler, 1987, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Ketiga, JILID 1. Penerbit: INTERMEDIA

Philip Kotler, Garry Armstrong, 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran*, JILID 1, penerbit: Kosasih Iskandarsyah, PT Prenhallindo, Jakarta

Kotler. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

M. Syarif dkk, 2002, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman*, penerbit: EKONISA Yogyakarta

Bilson Simamora, 2002, *panduan riset perilaku konsumen*, Surabaya: pustaka Utama

Husein, Umar. 2010. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta:
PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugiono, 2008. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2010. *Motode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Jurnal/Skripsi/Tesis

Nani Cahyani, dan Morita. 11 jaunuari, 2011. Perbedaan Pengakuan Pendapatan
Padabank Syariah Dan Bank Konvensional, *Jurnal Ilmiah Kesatuan*
Nomor 1 Volume 11, Januari 2009

Musnaini, 2010, Prilaku Nasabah Non Muslim Dalam Bauran Pemasaran
Terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah Di Kota Jambi,
jurnal, Vol 2 No.1 Januari-Juni 2010

Jennie Linando. 2013. Tingkat Pengetahuan Karyawan JW Marriott Hotel
Surabaya Terhadap Brand Identity Perusahaan, *Jurnal E-Komunikasi*
VOL I. NO.2 2013

Marheni Eka Saputra, Tutut Ratna Pratama, 3 Desember, 2014. Pengaruh Brand
Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone, *jurnal*
sosioteknologi volume 13 nomor 3, desember 2014

Nicky Tupal, Lopian S.L.H.V.J., Paulina Van Rate, 2010, Pengeruh Brand
Awareness Dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian

Handpone Merek Nokia (Study Kasus Pada Siswa SMA Dan SMK
Dikota Manado, *jurnal* berkala ilmiah, Volume 16 no. 01, 2010

Muhammad Rizan, 2012, Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap
Brand Loyalty Teh Botol Sosro, *jurnal* riset manajemen sains
indonesia (JRMSI) Vol. 3, no. 1, 2012

Abraham Adijaya, Pengaruh Bran Equity Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Samsung Oleh Mahasiswa Universitas X, *jurnal* JIBEKA
volume 10, nomor 1 februari 2016

Jimmi Tumpal Mangisi Hasugian, 2015. Pengaruh Brand Image Dn Brand Trust
Terhadap Brand Loyalty Telkomsel, *ejurnal* ilmu administrasi bisnis,
volume 3, nomor 4, 2015:923-937

Website:

[http://www.bi.go.id/id/perbankan/edukasi/Documents/09192d0923794ed88cf9f8d
fe1667752Apa_Sih_iB.pdf](http://www.bi.go.id/id/perbankan/edukasi/Documents/09192d0923794ed88cf9f8dfe1667752Apa_Sih_iB.pdf) diakses pada 07 september 2016 19:21 PM

[http://www.bi.go.id/id/perbankan/edukasi/Documents/684dc379856f47f29e8f919
183543a6dLayanan_iB_Dimanapun.pdf](http://www.bi.go.id/id/perbankan/edukasi/Documents/684dc379856f47f29e8f919183543a6dLayanan_iB_Dimanapun.pdf) diakses pada 07 september
2016 20:45 PM

<http://www.syariahbank.com/category/berita-syariah/> diakses pada 31 oktober
2016 17:23 PM