

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. Ma'ruf. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Aswaja Pressindo, 2015.
- Adeyani, Ika, Tuti Anggraini, Universitas Islam, and Negeri Sumatera. "Journal Economy And Currency Study (JECS) Volume 3, Issue 2, July 2021 Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat" 3, no. 2 (2021): 47–66.
- Adi Susilo Jahja & Muhammad Iqbal. "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Konvensional Dan Perbankan Syariah." *Episteme* 7, no. 2 (2020): 338–360.
- Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1*. Vol. 1, 2019.
<https://www.journals.segce.com/index.php/KARTI/article/view/47/49>.
- Agung Widhi Kurniawan. Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2016.
- Ahmad Marzuki Rahmatullah. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening" (n.d.): 63–77.
- Aini, Yenny Kuratul, and Wadhan Wadhan. "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan." *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2016): 278.
- Akbar, Dinnul Alfian. "Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang)." *I-Economics: A Research*

Journal on Islamic Economics 2, no. 1 (2016): 1–18.

Akbar, Y. Rahmat, Irsyadi Zain, and Putri Nuraini. “Analisis Dimensi Service Marketing Mix Sebagai Pengukur Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Pekanbaru.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2019): 1–15.

Amir, Amri, Junaidi, and Yulmardi. *Metodologi Penelitian*, 2009.

Andespa, Roni. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 43–57.

Arum, Dyah Nirmala J, and Anie. *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss*, 2012.

Christiyanto, Wenda. Austik, Mardi. “Pengaruh Islamic Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah” (2018): 725–731.

Dedek K. Gultom, Paham Ginting, Beby KF Sembiring. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” *Manajemen Dan Bisnis* 14, no. 01 (2014): 21–33.

Deery Anzar Susanti. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah” 5, no. 2 (2016): 368–393.

Digdowiseiso, Kumb, and M App Ec. *METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 2017.

Dr. Fenti Himawati M.Si. *METODOLOGI PENELITIAN*, 2020.

Dr. Priyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*, 2008.

Dr.farida Nugrahani, M.Hum. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 2014. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.

Early Ridho Kismawadi, Uun Dwi Al Muddatstsir Firda Azkiya Safitri Su'ud. "Implementasi Marketing Mix Tabungan Haji Pada Pt. Panin Bank Syariah, Tbk Cabang Malang." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2017): 1–28.

Fatihudin, D. *METODE PENELITIAN UNTUK ILMU EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI Dari Teori Ke Praktek*, 2020. zifatama@gmail.com.

Fauzi, Yayan. "Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 03 (2015).

Firmansyah, Fani, and Anisa Luthfiana. "Aplikasi Strategi Produk, Harga Dan Promosi Pada Deposito Batara Ib Di Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah (Kcs) Malang." *El Dinar* 1, no. 01 (2014): 10–33.

Ghozali, Imam. "PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SAMUDRA BAHARI UTAMA" 5, no. 1 (2017): 1–8.

Gultom, Dedek Kurniawan, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan

- Dedek.” *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, no. 2 (2020): 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGGIO>.
- Hafsah, Ahmad, Ilham. “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah” 1, no. 2 (2021): 87–101. <https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>.
- Hajar Mukaromah . Widia Sekar Rani. “ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP PRODUK TABUNGAN PADA BANK BRI SYARIAH KCP KEBUMEN.” *Ulumuddin : Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 11, no. 2 (2021): 225–236.
- Hardani. Ustiawaty, J. Andriani H. *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2017.
- Harmoko, Irfan. “Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional.” *Wadiah* 1, no. 1 (2019): 22–41.
- Husaeni, Uus Ahmad. “The Influence of Marketing Mix on Decisions To Be a Islamic Banking Customer in Cianjur Regency.” *Iqtishadia* 10, no. 2 (2018): 105.
- Ireni Adila Sari. “PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN NASABAH MENABUNG PADA TABUNGAN SIKOCI BANK NAGARI CABNAG PEKANBARU.” *Jurnal Fisip* 3, no. 1 (2016): 31–48.
- Ishak, Muhammad Zakiy, and Evrita Putri Azzahroh. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic*

Economics and Business) 3, no. 1 (2017): 26.

Janna, Nilda Miftahul. “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS.” *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*, no. 18210047 (2020): 1–13.

———. “Variabel Dan Skala Pengukuran Statistik” (2020): 1–8.

Kamal, Helmi. “MENELUSURI FATWA DSN-MUI TENTANG EKONOMI SYARIAH (Produk Penghimpunan Dana).” *Jurnal Muamalah Vol.4*, no. No.2 (2014): 27–32.

Kurniawan, Danny. “Pengaruh Proactive Service, People, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR).” *Jurnal ekonollogi Ilmu Manajemen* 6, no. 2 (2019): 375–379.

M.Kes. M. Ali Sodik, M.A Dr. Sandu Siyoto SKM. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*, 2015.

Mahfud, Imam. “Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Madani Syari’ah* 3, no. Februari (2020): 15–27. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah>.

Mardiatmoko, Gun. “PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L .])” 14, no. 3 (2020): 333–342.

Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. “Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank.” *Inovator* 7, no. 1 (2018): 14.

- Mauludianah, Moh. Mukhsinin Syu'aibi, and Sukamto. "Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mabror Di Bank Syariah Mandiri Kcp Pandaan Pasuruan." *Malia (Terakreditasi)* 10, no. 2 (2019): 237–254.
- Mujiyanto, Sony Faisal Rinaldi. Bagya. *METODOLOGI PENELITIAN DAN STATISTIK*, 2017.
- Mulyadi, Agus. "ANALISIS IMPLEMENTASI DEPOSITO BERJANGKA PADA BANK SYARIAH BERDASARKAN HUKUM EKONOMI SYARIAH." *Jurnal Tahkim* 7, no. 1 (2021): 16.
- Mumtahaen, Ikmal. "PENERAPAN HYBIRD CONTRACT PADA PRODUK GIRO." *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2020): 24–31.
- Nofinawati. "Akad Dan Produk Perbankan Syariah." *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman* 8, no. 2 (2014): 219.
- Nurchahyo, Bagus, and Riskayanto. "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion." *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018): 14.
- Nuryadi, S.Pd.Si., M.Pd Tutut Dewi Astuti, SE., M.Si, Ak., CA., CTA Endang Sri Utami, SE., M.Si., Ak., CA M. Budiantara, SE.,M.Si.,Ak. *DASAR-DASAR STATISTIK PENELITIAN*, 2017.
- Perdana K, Echo. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. Lab Kom Manajemen Fe Ubb*, 2016.
- Prajitno, Subagio B. "Metodologi Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Penelitian Publik* (2015): 1–30.

- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. “Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online.” *Jurnal Sains dan Informatika* 5, no. 2 (2019): 128–137.
- Prasetyo, Ari. “Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Management Analysis Journal* 1, no. 4 (2012): 1–8. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Putra, Purnama. “Pemasaran Syariah Teori,” no. January (2017).
- Rachmawati, Rina. “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan.” *Jurnal Kompetensi Teknik* 2, no. 2 (2011): 143–150.
- Rahim, Endang, and Roni Mohamad. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2021): 15–26.
- Rahmadi, S.Ag., M.Pd.I. *Pengantar Metodologi Penelitian*, 2011. [http://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](http://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf).
- Riadho, Wira Noer. “Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian.” *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2016).
- Riyani, Dessy, Irena Larashat, and Dudung Juhana. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Majalah Bisnis & IPTEK* 14, no. 2 (2021): 94–101.
- Rumiyati, Rumiyati, and Afriapoll Syafarudin. “The Influence of Service Quality, Marketing Mix, on Bank Customer Satisfaction in the Era Covid-19.” *Ilomata International Journal of Tax and Accounting* 2, no. 1 (2021): 84–96.

- Salam, Abdus, and Muzayyidatul Habibah. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Keputusan Menjadi Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada BPD Jateng Syariah, BRI Syariah Dan Bank Muamalat) Di Kota Semarang.” *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 9, no. 1 (2021): 33.
- Salma, Maya, Tengku Mahesa Kalid, and Lestary Fitriany. “PENGARUH PRODUCT, PROMOTION, PRICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK RIAU KEPRI UNIT LAYANAN SYARIAH.” *JURNAL AL-HISBAH* 2, no. 3 (2021): 1–13.
- Samsiyah, Siti. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap KEpuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sidoarjo.” *Majalah Ekonomi* 21, no. 1 (2016): 135–146.
- Samsu. *Metode Penelitian: Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development. Diterbitkan Oleh: Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*, 2017.
- Sari, Nilam. “Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Syariah* XIV, no. 2 (2012): 199–212.
- Selang, Christian A.D. “BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO” 1, no. 3 (2013): 71–80.
- Sembiring, I. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM

- MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 15, no. 1 (2014): 84504.
- Sena, Tety Fadhila. “Variabel Antiseden Organizational Citizenship Behavior (Ocb).” *Jurnal Dinamika Manajemen* 2, no. 1 (2011): 70–77.
- Sigit Sanjaya, Nila Pratiwi. “Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Atas Pelayanan Pada Perbankan Syariah Di Kota Padang.” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* 3, no. 2 (2018): 194–200.
- Sondakh, Conny. “Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2015): 19–32.
- Subagiyo, Rokhmat, and M. Aqim Adlan. “Pengaruh Service Quality, Marketing Mix Dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Customer Loyalty.” *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13, no. 1 (2017): 1.
- Sudibyo, Priyo. “Perbedaan Penelitian KUALITATIF DAN KUANTITATIF 1,” no. Kelompok 10 (2016): 1–9.
https://www.academia.edu/23182743/PERBEDAAN_PENELITIAN_KUALITATIF_DAN_KUANTITATIF_1?auto=download.
- Sujono, Rusny Istiqomah, and Febrian Wahyu Wibowo. “Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah.” *El Dinar* 8, no. 1 (2020): 37.

- Syafarudin, Afriapollo. “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Bauran Pemasaran , Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Era Covid-19.” *Insight Management Journal* 1, no. 2 (2021): 32–42. <http://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/view/23>.
- Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi. “Bauran Pemasaran Dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2020): 57–73. https://www.slideshare.net/maryamkazemi3/stability-of-colloids%0Ahttps://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf%0Ahttp://www.ibm.com/support%0Ahttp://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf%0Ahttps://www.n.
- Tyas, Mega Ayuning, and Ari Prasetyo. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Menjadi Mitra Perspektif Islam Pada BMT Beringharjo Cabang Madiun.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 1, no. 7 (2015): 487.
- Volta, Diyanto, and Savitri Enni. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Bank Syariah.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 7, no. 3 (2015): 1689–1699.
- Widayatsari, Any. “Akad Wadiah Dan Mudharabah Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah.” *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 4, No. 1 2014* 3, no. 1 (2013): 1–21.
- Wijaya, Evelyn, and Puspa Marantika Ariyani. “Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 1, no. 2 (2018): 283–296.

- Wijayanto, Kusuma. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Pustakawan Indonesia* 17, no. 1 (2015): 38–45.
- Wirdayani. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 51–66. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>.
- Yuliaty, Tetty. “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Aksara.” *Jurnal Manajemen & Bisnis* Vol 14, No, no. 2 (2014): 120–126.
- Yunita, Linda Desma, and Tri Handayani. “Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan Dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah).” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4, no. 1 (2018): 14.
- Yusman Alim Djasmin Maku. “Penerapan Prinsip-Prinsip Tentang Perbankan Syariah Hubungannya Dengan Otoritas Jasa Keuangan.” *Lex Crimen* 6, no. 1 (2017): 39–45.
- Yusni, Fadhilah, Lu’li’il Maknuun, and Ceta Indra Lesmana. “Pengaruh Marketing Mix Dan Customer Relationship Marketing Melalui Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Market Share Perbankan Syariah.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2021): 63–75. http://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/400/1/COVER_ABSTRAK.pdf.
- Yusuffia Nur Azizah Istiqomah. “The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service Customer’s Decision of Using BSM Saving Products” 3, no. 2 (2015): 2015.

<http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>.