

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D. (2013). Analisis kepuasan nasabah dengan pendekatan fuzzy service quality dalam upaya peningkatan kualitas layanan perbankan. *Teknoin vol.19*, 01-15.
- Amin, W. (1993). *Manajemen suatu pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Apriyanto, I. (2005). *Strategi Pemasaran pada BMT Sumber Mulia Kecamatan Tuntang* .
- Arikunto. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Atwal, A. (2014). Pengaruh Produk , pelayanan promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta. *Syariah paper accounting FEB UMS*, vol 1.
- Bogdan, S. B. (1982). *Qualitative Research For Education : An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon,inc.
- Bostrom, R. (1983). *Persuasion*. Englewood: Prentice Hall.
- David Krech, R. C. (2012). *efektivitas* , 119-120.
- Dewa, A. M. (2015). PERUMUSAN STRATEGI BISNIS DAN IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI PEMASARAN (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah Cabang Denpasar Bali). *juima*, vol 5.
- Devito. (2010). *Komunikasi Antar manusia*. Tangerang Selatan: Karisma publishing group.
- Detha, F. A. (2013). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menabung. *jurnal administrasi bisnis*, vol 6.
- Farihah, E. (2008). *Strategi Pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Yogyakarta* . Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Handayningrat. (1994). *pengantar studi ilmu administrasi dan manajemen*. Jakarta: Haji Masagung.
- Hani, T. H. (2000). *Manajemen Personalia dan sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan. (1996). *manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: bumi aksara.
- Hermawan, K. (2006). *syariah marketing*. Bandung: Mizan.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* . (2003). Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional .
- kasmir. (2005). *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada.
- Keneth, A. (1972). *Introduction to communication theory and practice* . Australia: Menlo park calif.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management "Analysis,planning,implementation and control"*. New Jersey: Prentice Hall International.

- Kotler, P. (2008). *prinsip prinsip pemasaran edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. d. (2003). *Dasar dasar Pemasaran jilid 1 edisi kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- kuswanto, a. (2009). pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
- Martadisastra. (2002). *Azaz - azaz manajemen konsep dan aplikasinya*. Bandung: Dinamika.
- Metekohy, F. d. (2013). STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK X SYARIAH CABANG TANGERANG SELATAN. *Ekonomi dan Bisnis*, volume 12.
- Menning J.H, W. (1967). *Communicating through letters and reports*.
- Pasrizal, H. (2012). Pengaruh kepribadian, kelas sosial, dan budaya pengusaha terhadap strategi pemasaran dan keputusan menjadi nasabah bank syariah mandiri . *Jurnal Aplikasi Manajemen*, volume 10.
- Radiosunu. (2001). *Manajemen pemasaran suatu pendekatan analisis edisi kedua*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Setiawan, A. (2009). *Efektifitas Pemasaran Produk BMT Jogjatama dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siagian, P. (2000). *Sistem Informasi Manajemen* . Jakarta: Bumi Aksara
- Sondang. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sondang, P. (1983). *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Sondang.P.Siagian. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Sondang, S. (2011). *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Steers, M. R. (1985). *Managing Effective Organizations*. New York: Kent Publishing Company.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, W. (2004). *Asas-asas perbankan islam dan lembaga lembaga terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tunjung, S. (t.thn.). STRATEGI PEMASARAN DAN PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA. *strategi pemasaran pada Bank Syariah Mandiri*.
- Warkum, S. (2004). *Asas - Asas Perbankan Islam dan Lembaga - lembaga terkait*. jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

www.ojk.go.id

www.bi.go.id. (t.thn.).

www.bprs-bdw.co.id

Yusuf, B. (2013). Peningkatan Efektivitas Pemasaran Jasa Perbankan Islam Melalui Pemahaman Terhadap Segmentasi Pelanggan . *Peningkatan Efektivitas Pemasaran Jasa Perbankan Islam*, vol 2.

