

DAFTAR REFERENSI

- A. Karim Adiwarman. (2014). *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. PT. Raja Grafindo : Jakarta.
- Abdul Rahman Ghazali. (2010), *Fiqh Muamalat*, Kencana : Jakarta.
- Adam, Muhammad. (2015), *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Achmad Kuncoro, Engkos, dan Riduwan, (2008), *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur*. Alfabeta : Bandung.
- Akhmad Mujahidin. (2007), *Ekonomi Islam*, PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Alma, Buchari (2009), *Kewirawusahaan “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa dan Masyarakat”*. Cetakan Kespuluh. Alfabeta. Bandung.
- Andrian Sutedi. (2008). *Perbankan Syariah*, Sinar Grafika : Jakarta.
- Ascarya. (2007). *Akad & produk Bank Syariah* PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Antonio, Syafii. (2001). *Bank Syariah dari Teori Praktik*, Gema Insani Press : Jakarta.
- Basu Swasta. Dharmesta & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta.
- Byrne, B.M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS Basic Concept, Application dan Programming*. Second Edition.
- Cant, M. Strydom, J,Jooste, C., & Plessis,P.D. (2006). *Marketing Management*. (5th ed). Juta & Company : South Africa.
- Cravens, David W. (2006). *Strategic Marketing. 8th Edition*. McGraw Hill : New York.
- Cyntia Novita Sari, Fernaldi Anggadha Ratno & Rini Hayati, (2020), Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. Al-Masharif, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, e-ISSN: 2579-8650.
- D.A Garvin. (1994). *Managing Quality*, Free Press : New York.
- Danang Sunyoto. (2013). *Manajemen Pemasaran, (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service) : Yogyakarta.
- Deschamps. (1999). *Product Joggerernauts*, Massachusests: Harvard Business School Press.

- Dharmesta & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua.
- Dirk Kaligis. (2015). *Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran yang Dimoderasi oleh Lingkungan Persaingan (Studi pada Pengembang Real Estate di Sulawesi Utara)*. Univ. Sumatera Utara.
- Diyatma, A.J. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. E-Proceeding of Management, Vol.4.
- Djaslim, Saladin. (2003). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*, Penerbit CV. Linda Karya. Bandung.
- Endang Sri Ulina. (2008) *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pengguna Jasa Laboratorium Balai Riset dan Standardisasi Industri Medan*. Univ. Sumatera Utara Medan
- E.A. Kuncoro, A. Wiranegara. (2010). Pengaruh Promosi dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Telkom Speedy. *Jurnal Manajemen ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (I.S.E.I)*, Volume 1 No 2.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. : Badan Penerbit Univ. Diponegoro. Semarang.
- _____. (2014). *Structural Equation Modeling*, Badan Penerbit Univ. Diponegoro. Semarang.
- G.Adisaputro (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, UPP STIM YKPN : Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling (Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- _____, (2011). *Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2000), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Kedua. BPFE-Yogyakarta.
- G.M Wariki, L. Mananeke, H. Tawas. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*.
- Griffin, Jill. (2002). *Costumer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*, Kentucky : McGraq.Hill.

- Haris Hermawan. (2015). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*. Univ. Muhammadiyah Jember.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2006). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Heri Sudarsono. (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ekonisia : Yogyakarta.
- <https://www.ppdpp.id/realisasi-flpp-per-bank>. diakses 10 September 2020.
- Hurriyati, R. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV Alfabeta : Bandung.
- _____, (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV Alfabeta : Bandung.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Cetakan IV Kencana : Jakarta.
- _____, (2012) *Kewirausahaan*, Cetakan ke-7, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Khairina AR. (2016). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square di Kota Lhokseumawe*. Univ. Malikussaleh Lhokseumawe.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th Edition. Prentice Hall : New Jersey.
- _____, (2002). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Edikation Asia : Jakarta.
- _____, (2005). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- _____, (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler Philip & Gary Armstrong. (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 3, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L Keller. (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi ke 13. Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro Mudrajad. (2005), *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga, Jakarta.

- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*, Alfabeta : Bandung.
- Lisa Anggi Nurli Siregar. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Zoya Cabang Medan dengan Brand Image sebagai Variabel Moderating*. Univ. Sumatera Utara.
- Lupiyoadi, R, (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2013). *Bauran Pemasaran Bisnis Jasa*. Edisi 3 Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, R, (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock, Christoper, & Wright, Lauren. (2007), *Principle of Service Marketing and Management (2nded)*. Pearson Education International : New Jersey
- Lovelock & Wright. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Jakarta.
- Mudrajad, Kuncoro, (2005), *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga : Jakarta.
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto. (2005). *Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.
- Mujahidin Ahmad, (2007). *Ekonomi Islam*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- M. Ulfah, A.T. Rachmi, A. Yuniarinto. (2012), *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember*. Univ. Brawijaya Malang.
- N. Edi S, M.Dimyati, I. Barokah S. (2016). *Konfirmatori Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi di Akademi Kebidanan Jember*. Univ. Jember.
- Nur Rianto Al Arif. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Payne (2007). *Pemasaran Jasa*. Alih Bahasa Fandy Tjiptono. Penerbit Andi. Jakarta.
- Perys Laili Khodri Nasution (2007). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kuliah pada Busines Collage Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I) Medan*, Univ. Sumatera Utara.
- Pranakusuma Sudhana, Lukmandono & Rony Prabowo, (2018), *Pengaruh Marketing Mix terhadap Impulse Buying dengan Niche Market sebagai Moderasi pada Industri Jasa Pendidikan, Industri Inovatif, Journal Teknik Industri ITN Malang*, E-ISSN : 2615-3866.

- Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Ekonisia Liberty. Yogyakarta.
- Ria Octari. (2017). *Strategi Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Konsumen Membeli Secara Kredit Pada PT. FIFGroup Spektra Cabang Medan*. Univ. Sumatera Utara.
- Rivai, Veithzal. (2012). *Islamic Marketing*, Graha Pustaka : Jakarta.
- Rusydi Abubakar. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta : Bandung.
- Sarifa Marwa. Ujang S. R Nurmalina. (2014). *Bauran Pemasaran Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Asuransi Jiwa Individu*.
- Sekaran, Uma, (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Silvia Paradika S (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Niat Pembelian Rumah dengan Customer Value sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perumahan Golden Village di Kota Metro)*. Univ. Lampung.
- Simanulang Subur (2008). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Program D-III Keperawatan Fakultas Keperawatan Universitas Darma Agung Medan*, Univ. Sumatera Utara.
- Siswanto, Arie (2004) *Hukum Persaingan Usaha*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Sofjan Assauri (2007). *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo : Jakarta.
- Sugiyono (2019). *Statistik Untuk Penelitian* Cetakan ke 30. Alfabeta, Bandung.
- Suharno, Yudi Sutarso (2009). *Marketing in Practice*, Penerbitan Fakultas Ekonomi Univ. Mulawarman. Samarinda.
- Sumona Salam & Abu Shams Mohammad Mahmudul Hoque, (2019), The Role of Social Media and Effect of Relationship Marketing on SME Performance in Bangladesh : Multi-group CFA, *Asian People Journal (APJ)*, Vol. 2, Issue 1, PP 12-31, www.uniszajournals.com/apja
- Sunyoto, Danang dan F.E. Susanti (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Center For Academic Publishing Service : Yogyakarta.
- Suparyanto, Rw dan Rosad (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media: Bogor.
- Suryani, Hendryadi (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori & Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen*. Raja Grafindo Persada : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2000). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset : Yogyakarta.
- _____, (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Banyumedia : Malang.
- _____, (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi. Offset. Yogyakarta

- _____. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ujang Muhyiddin. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat*. Univ. Pendidikan Indonesia.
- Veithzal Rivai (2012). *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, Gramedia : Jakarta.
- Wangsawidjaja (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*: Gramedia Pustaka Umum : Jakarta.
- Weenas, R.S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *Jurnal EMBA*, Vol. 1.
- Yazid. (2005), *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Ekosia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- _____. (2008). *Pemasaran Jasa dan Konsep Implementasi*. Cetakan Keempat, Ekosia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Zeitham L, Valarie, dan Bitner (2000). *Service Marketing 2nd Edition Integrating Costumer Focus*, Mc.Graw Hill Inc, New York.
- Zeitham L, Valarie, Marry Jo Bitner&Dwayne D. Gremler. (2013). *Service Marketing* Mc.Graw Hill International Edition, New York.