

DAFTAR PUSTAKA

- Afma Mega Sari Fitri. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Pada Toko Sepatu Bata MTC GIANT PANAM*. 6.
- Aji, H. F., & Samuel, H. (2015). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Awareness Dan Brand Satisfaction Brotherwood Decoration Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 3(1), 1–10.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3646>
- Akbar, S., Sjahrudin, H., Tangngisalu, J., Nahdia, P., & Pascawati, S. (2020). *Dampak Promosi , Harga , Dan Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian*.
- Amir, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt . Genius Alva Makassar*. 515–526.
- Anas, A. T., & Fadllan, F. (2017). Pengaruh Hubungan Berkelanjutan terhadap Kesetiaan Nasabah di BMT NU Cabang Pragaan Kabupaten Sumenep. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), 66.
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v4i1.1137>
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 4).
- Ari Kristin Prasetyoningrum, Risiko Bank Syariah, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Cetakan I, h.46-47
- A. Wangsawidjaja Z, Pembiayaan Bank Syariah, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.86
- Dina, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Gonilan – Sukoharjo Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fachrizal. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Proses*

- Keputusan Pembelian Smartphone XIAOMI (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)*. 38. <http://repository.unpas.ac.id/36553/>
- Freekley Steyfli Maramis. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Gilang Prasidya Jati, S. (2015). Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Halim, A., Basri, H., & Faisal. (2016). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Dan Dampaknya Terhadap Harga Saham Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 23(2), 124–141.
- Hamzah, Rizaldi & Hasandimitra, H. (2018). Pengaruh Demografi, Pengalaman Bekerja, Dan Pendidikan Pengelolaan Keuangan Orang Tua Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 291–298.
- Heizer, R. (2010). (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Heriyanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.
- Hermawan, E. (2019). Pengaruh Perubahan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fifgroup. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 39–45. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i1.5206>
- Hermawan, R. T., & Hasibuan, S. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas di PT. JCI. *Jurnal PASTI*, XI(1), 84–97.
- Ii, B. A. B., & Merek, A. C. (2016). *Pengaruh Citra Merek..., Anggi Julia Wijayanti, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2018. 2014*, 25–36.
- Indika, D. R., & Dewi, W. U. (2018). Analisis Rebranding Untuk Membentuk

- Favorable Brand Image Pada Radio PLAY 99ers. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 15(2), 121–135.
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v15i2.4177>
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.107-108
- Koeswanto, jasson G., Clow, K., & Stevens, R. (2018). Analisa Deskripsi Ekuitas Merek Hotel Bintang Tiga di SURABAYA. *Concise Encyclopedia of Professional Services Marketing*, 1997, 13–13.
<https://doi.org/10.4324/9780203884713.ch8>
- Kusumasita, Sataloff, R. T., Johns, M. M., & Kost, K. M. (2014). *Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah*.
- Manajemen, J., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Negara, K. (2013). *Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT . Garuda Food Putra Putri Jaya Pati JAWA TENGAH*.
- Masykuroh, H. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bnak Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Muhammad, Manajemen Bank Syari'ah, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2002), Edisi I, h. 304
- Mudrajat Kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2012), Edisi II, h.228-229
- Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cetakan I, h.160-161
- Naufal, A. R., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rahma Rahmi Collection). *Diponegoro Journal of Management ISSN : 2337-3792*, 6(4), 197–205. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17954>
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Osman Muthaher, Akuntansi Perbankan Syariah, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Cetakan I, h.60
- Pahlawan, M. R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 228–244. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1560>
- Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor06/per/M.KUKM/I/2007
- Rahardi, K. P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Kafe GULO JOWO Di Kota Solo). *Вестник Росздравнадзора*, 4, 9–15.
- Rieska, D. T. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan desain Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Matic Vario Pada CV. CITRA HONDA NUSANTARA PEKANBARU*.
- Rikziana, Y. P., & Kartini. (2017). Analisis Tingkat Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. *Efektif Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 76–99. <http://e-journal.janabadra.ac.id/index.php/jurnalefektif/article/view/249/214>
- Riyono, & Gigih Erlik Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Standar Operasional Prosedur Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Peraturan Menteri, 2007, h.129
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In Metodologi

- Penelitian.). In *Metodelogi Penelitian* (p. 147).
- Tambunan, L. theresia. (2019). Faktor Dominan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Prilaku Kosumen Dalam Keputusan Pembelian Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 35–45.
<https://doi.org/10.31849/jieb.v16i1.2261>
- Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), Cetakan II, h.109-118
- Undang-undang Perbankan No. 10 tahun 1998 4 Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.42-43
- Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), Cetakan I, h.681-682
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. August*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

