

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Sangkumpul Bonang Kota Padangaldimpuan)*. Institut Agama Islam Negeri Padangsimdipuan.
- Anwar, S. S. (2020). *Peran Customer Relationship Management (CRM) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Do Bank Syariah (Studi Bank Syariah Mandiri Cabang Tajur)*. Universitas Djuanda Bogor.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 63–68.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Budi, M., Setiawan, & Ukudi. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Pd. Bpr Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(2), 215–227.
- Cahya, R. I. (2017). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Way Urang Kec. Kaliandra Lam-Sel). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 8, Nomor 9). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Drs. Ismail, MBA., A. (2011). *Perbankan Syariah*. Prenamedia Group.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Ilmu Amnajemen Dan Kewirusahaan*, 1(10.46306), 130–147.
- Handayani, S. (2020). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan SEbagai Variabel Moderating*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Hasbi, S., & Setiawan, ridwan A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Perbankan Syariah (Studi PT Bank Negara Indonesia Cabang Sukabumi). *Jurnal Nisbah*, 2, 221–236.
- Indratama, A. B. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2, 1261–1272.
- Karimah, A. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Motivasi Terhadap

Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Di Bank Syariah Suriyah Cabang Salatiga dengan Minat sebagai Variabel Intervening. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Khamdiyah, H. (2019). *Pengaruh Promosi, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Koyong, melka dodai. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Mandiri Kantor Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–7.

Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250.

Marzuki, A., Marnisah, L., & Hildayanti, S. K. (2021). Pengaruh Brand Image, Produk, Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Bayung Lencir. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 2(1), 109–122. <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v2i1.81>

Nafiah, N. (2021). *MERKE ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP GODEAN 3 DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING belakangan ini menunjukkan prospek peningkatan yang luar biasa adalah dilakukan dengan jalinan ikatan yang kuat . Perusahaan biasanya a. 5(2), 177–190.*

Nurhanifah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Electronic Channel Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Bogor Pada Masa Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)*. Universitas Djuanda Bogor.

Pertiwi, B., & Brawijaya, A. (n.d.). Persepsi Masyarakat Terhadap Pembukaan Rekening Secara Online Pada Bank Syariah Di Kota Bogor. *Jurnal Nisbah*, 7(1), 15–22.

Qoyyimah, D. F. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*.

Rahfizah, R. Z. (2020). Pengaruh kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Nisbah*, 6, 23–29.

Rohmania, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

- Rukmanasari, F. (2017). *Pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)*. Institut Islam Negeri Salatiga.
- Saadah, S., Paramita, M., & Aziz, I. A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada Lkms (Bprs Al Salaam Kc. Cibinong). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(2), 86. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i2.2092>
- Saifudin, T. (2018). Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga). *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*, 1(1), 17.
- Salam, F. Y., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Brand Awareness, *Brand Image* dan Media Comunication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi. *Jurnal Ekonomi*, 17(1), 38–58.
- Sondakh, C. (2014). 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*, 03, 19–32.
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, 10, 141–147.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17(2), 38–45.
- Yuvita, H., & Wabah, Z. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Sales Promotion Terhadap keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survey Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah Di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446.
- Yuvita, H., Wabah, Z., & Sulastri. (2019). Pengaruh *Brand Image* Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431.
- Zahara, H. (2013). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan iB baitullah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Nisbah*, 6(1), 49–55.
- Zakiy, M. (2017). 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(1)