

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali, Hasan, 2018. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo
- [2] Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [3] Lupyoadi, 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi dua. Jakarta: Salemba Empat
- [4] Parasuraman, dkk, 2017. *Kualitas Jasa Pelanggan*. Jakarta: Angkasa
- [5] Diana, Lutfiatul Erié, 2019. *pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di bank bris kcp magelang dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening*. Diss. IAIN SALATIGA.
- [6] Efendi, Sonia Yunita, 2019 " *pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening* (Studi Empiris Pada PT BPR Mulyo Raharjo Barat Magetan)." *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 1.
- [7] Kurniawan, Bayu Aji, 2019 *pengaruh social media promotion, relationship marketing dan karakteristik syariah marketing terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening*. Diss. IAIN SALATIGA.
- [8] Lestari, Sri Isfantin Puji, et al, 2019 " *The effect of customer's orientation of service employee on customer's satisfaction of health services*."
- [9] Muafiah, Siti, 2019 *analisis pengaruh brand personality, kualitas layanan internet banking, dan islamic branding terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi Pada Bank Syariah Sragen Kantor Cabang Boyolali)*. Diss. IAIN SALATIGA
- [10] Nuraini, Faradina, 2019 *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Sharia Compliance terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP. Boyolali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*. Diss. IAIN SALATIGA.
- [11] Risal, Taufiq, 2019 " *pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada bmt kampoeng syariah*." *JMB (Jurnal Manajemen dan Bisnis)* 1.1
- [12] Umdatun, Umdatun, 2019 *analisis pengaruh brand image, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KC Gubug)*. Diss. IAIN
- [13] Yanti, Novita Astri, 2019 *pengaruh kualitas layanan, brand image dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Semarang)*. Diss. IAIN SALATIGA.