

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Al-Qur'an. (2005). *Al-Aliyy Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Amstrong, P. K. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Antonio, S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: GemaInsani.
- Arham, M. (2010). Islamic Perspective on Marketing. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1, No. 2.
- Arif, M. N. (2021). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- AW, S. (2005). *Komunikasi Perkantoran, Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabet.
- Beik, I. S. (2020). *Ekonomi Islam atau Syariah*. Jakarta: Harian Republika.
- dkk, W. N. (2021). Strategi Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Produk Muslimah Beauty Care: Study Riset di Perusahaan Skincare Muslimah Beauty Care. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Fandy Tjiptono, d. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Farida. (2009). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama widya.
- Handoko, H. (2000). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Indriajat, R. E. (2000). *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, H. (2007). *E-Book Boosting Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Tehnik Penjualan*.
- Keller, P. K. (1997). *Management Marketing*. Jakarta: Pren Hallindo.
- Masrukhin. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kudus: Media Ilmu Press.
- Muhammad. (n.d.). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Musowir, N. A. (2010). Relationship Marketing dan Loyalitas Nasabah: Studi pada Nasabah BRI Syariah Malang. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 14, No. 2.

- Muyasaroh, S. Z. (2014). Pengaruh Trust dan Familiarity dalam Konsep Relationship Marketing terhadap Kepuasan Donatur di Yayasan Yatim Mandiri Cabang Kediri. *Skripsi UIN Sunan Ampel*.
- Ningsih, E. R. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Kudus: STAIN Kudus.
- Nurudin. (2018). Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rkyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 10, No. 1.
- Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Perencanaan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.
- Rahmawati, A. (2015). Model Syariah Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, Vol. 49, No. 2.
- Rahmiati. (2010). *Relationship Marketing: Paradigma Baru dalam Mempertahankan Pelanggan*. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, Vol. 11, No. 2.
- Ramli, M. C. (2013). *The Effect of Takaful Agents ' Islamic Relationship Marketing Practice on Customer Satisfaction , Trust , and Commitment : An Empirical Study on 800 of Family Takaful Customers .* *Journal Internasional Convention of Islamic Management*.
- Rusdiana. (2015). *Manajemen Konflik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Salleh, M. C. (2012). *Building Agent-Customer Relationship in the Takā Ful Industry : A Framework of Islamic Relationship Marketing*. *Internasional Jurnal of Islamic Finance*, Vol. 4, No. 1.
- Salleh, M. C. (2013). *The Relationship of Takaful Agents ' Islamic Ethical Behaviour towards Customers ' Satisfaction , Trust and Commitment : A Preliminary Analysis .* *Journal of Islamic Finance and Business Research*, Vol. 2, No. 1.
- Samuel, H. (2012). Customer Relationship Marketing Pengaruhnya terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 1.
- Sexton, D. (2006). *Marketing 101 Penerjemah*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Soedrajat, S. (1994). *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*. Jakarta: Ikral Mandiri Abadi.
- Sucahyo, A. D. (n.d.). Pemasaran Hubungan Pelanggan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Mitra Usaha Rakyat Kantor Cabang Bojonegoro). *Jurnal Profit*, Vol. 7, No. 1.
- Sudantoko, P. A. (2002). *Koperasi: Kewirausahaan dan Pengusaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sugiyanto, N. R. (2022). *Mengungkap Kelangganan UMKM Berbasis Industri Kreatif di Rembang Jawa Tengah*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Vol. 9, No. 1.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukrisna, I. M. (2014). *Penerapan Relationship Marketing dalam Saluran Distribusi*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 1, No. 2.
- Sula, H. K. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Suminto, H. (2002). *Pemasaran Blak-Blakan*. Batam: Inter Aksara.
- Taufik, M. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wheelen, D. H. (2008). *Strategic Management*. Jakarta.
- Widjajakusuma, Y. d. (2002). *Menggegas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Yolanda, R. (2021). *Pengaruh Perceived Quality, Customer Relationship Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen*. Journal Economic, Accounting dan Business, Vol. 1, No. 1.
- Yusuf, J. (2010). *Ethical Implication of Sales Promotion in Ghana: Islamic Perspective*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 1, No. 3.