

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., & Riyadi, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*. 02(2), 16–33.
- Anwar Sanusi. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Astuti, T. 2013. (2013). Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 182. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah, II*, 182–198.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- De Bruin, L., Roberts-Lombard, M., & De Meyer-Heydenrych, C. (2020). Internal marketing, service quality and perceived customer satisfaction: An Islamic banking perspective. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0185>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. In (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islam, Muh. Syaiful, Nasir Hamzah, A. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Unit Siwa Kabupaten Wajo. *Tata Kelola*.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Mawardi, M. (2018). Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang. *Al-Tijary*, 4(1), 43–52. <https://doi.org/10.21093/at.v4i1.1282>

- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.113>
- Nurmin Arianto, A. S. (2020). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PAT PT BPR H. A. Bogor*. 1(1), 27–37.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 87–98.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Tujuh; D. A. Halim, ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Septian, D., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 43–53. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.151>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhasto, R. I. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.770>
- Syafrin, I. (2018). Pengaruh Lingkungan Fisik, Pelayanan Konsumen dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Danamon Indonesia Cabang Bukit tinggi. *Ekobistek Fakultas Ekenomi, Vol 7, No(2)*, 32–39.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.