

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M.S., Fiandi, M., & Ramayanti, T.P. (2023). **Pengaruh Brand Trust Dan Marketing Public Relation Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Batara Haji Dan Umrah BTN iB.** *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi*. Vol.2(1).
- Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). **Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek.** Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Arikunto, Suharsmi. (2016). **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.** Jakarta: Rineka Cipta.
- Casriyanti, C. (2020). **Pengaruh religiusitas, consumer knowledge dan brand image terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah.** *Jurnal Tasyri': Jurnal Muamalah dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 52-70.
- Danari, E.A., Waryanto, R.B.D., & Nurdina. (2022). **Pengaruh Customer Value dan Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel.** *Journal of Sustainability Business Research*. Vol.3(1).
- Danupranata, G. (2013). **Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah.**
- Evita., dan Setyanto, Yugih. (2018). **“Strategi Marketing public relations Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di PT. Bach Multi Global”.** *Jurnal Prologia*. Vol 2. No 2.
- Hamdat, dkk. (2020). **Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi.** CV Diandra Primantra Media, Yogyakarta.
- Handayani, T. & Fathoni, M. (2019). **Buku Ajar Manajmen Pemasaran Islam.** CV. Budi Utama, Yogyakarta.
- Haryanto, Rudy. **Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik).** Pamekasan: Duta Media Publishing. 2020.
- Ibrahim, Y. (2022). **Bank Syariah dan Bank Konvensional:(Suatu Analisis Perbedaan dan Prinsip-Prinsipnya).** *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 11(1), 1-15.
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). **Perbankan dan literasi keuangan.** Deepublish.

- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati. “**Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam**”. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Volume VI. Nomor 1. 2016.
- Kurniawan, G. 2020. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Jakarta: Penerbit Mitra Abisatya.
- Mukminin, M.A & Latifah, F.N. (2020). **Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)**. *Islamic Banking and Finance Journal*. Vol.4(1).
- Musay, Fransisca Paramitasari. (2012). *Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan menjadi nasabah*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Napitupulu, S., Nirwana Tapiomas & Riduan Tobink. 2021. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco (Anggota IKAPI).
- OJK (2018). **Statistik Perbankan Syariah**. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). **Pengaruh consumer knowledge, brand image, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah**. *LiQuidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), 111-123. Razak, M. 2016. *Perilaku Konsumen*. Gowa: Alauddin University Press.
- Rosyadi, M. I. (2018). **Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi**. *Komunikator*, 10(1), 1-9.
- Ruslan, Rosady. (2004). *Public Relation Edisi Revisi ke 2*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarinah. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Siswanti, Yeni. (2008). *Kegiatan Marketing public relations Di Sekolah Dian Harapan Karawaci Tangerang*. Jakarta: Universitas Indonusa Esa Unggul.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Susan, E. (2019). **Manajemen Sumber Daya Manusia**. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Swastha, Basu. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syamiya, E.N & Ridwan, F.T. (2022). **Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Tangerang (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Karawaci)**. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman*. Vol.3(2).
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penertbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Widiawati, H. S. (2020). **Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri**. *JUPEKO Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 64-83.
- Wijayanti, Irine D.S. 2012. *Manajemen*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Yulianti, F., LAmsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Yunaida, Erni. (2017). **“Pengaruh Brand image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa”**. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol 6. No 2. Hlm 798-807.