

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M, 2015. *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agung, Anak A. P., 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Aqhnia, S., 2017. *Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Reputasi Dan Kepuasan Anggota PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Yogyakarta*, Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Arif, Nur R., 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Alfabeta.
- Arikunto, S., 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barata & Atep Adya, 2004. *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT Elex. Media Komputindo.
- Bastiar, 2018. Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Manajerial* Vol. 8, No. 16, Januari.
- Buchory & Saladin, 2006. *Dasar-dasar pemasaran Bank Bandung*; Linda Karya.
- Danupranata, G., 2013. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawati, 2013. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Jurnal STAIN Samarinda* (3) 1.
- Departemen Agama RI, 2004. *Al Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: Jumanatul Ali-Art.
- Dokumentasi Rekapitulasi anggota anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung 2022.
- Dokumentasi Rekapitulasi anggota anggota Koperasi Syariah BMT Pahlawan Tulungagung 2022.
- Fauzia, Ika Y, 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana.
- Ghozali, I, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin, D., & Hendri T., 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani.

- Handayani, T, 2019. Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hasan, A, 2010. *Marketing Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, M, 2011. *Dasar-dasar perbankan*, Jakarta: PT.Bumi.
- Hermawan, A, 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: Grasindo.
- Intisari, 2018. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Keamanan Yang Dirasakan Terhadap Kepercayaan (Pada Situs Toko Online Lazada), *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 2 Februari. .
- Masyithoh, Novita D, 2014. *Analisis Normatif Undang-undang No 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*, (Semarang, 2014), Vol 5 Edisi 2 Oktober.
- Miftahlia dkk, 2018. Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Anggota Untuk Menabung di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia (Aulia) Magelang, *Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology* ISSN 2622 – 9404.
- Muzaqi, A, 2019. *Pengaruh Syariah Marketing, Service Excellence, dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Anggota Tabungan Mudharabah (Studi Kasus di KSPPS BMT BUM Adiwerna Tegal)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Nugroho, dkk, 2017. Pengaruh Syariah Marketing Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Jaksa Agung Suprpto Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 42 No.2*.
- Nuralam, Inggang P, 2017. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam pemasaran Perbankan Syariah*, Malang: UB press,.
- Nurul dkk, 2022. Pengaruh Service Excellence Oleh Customer Service Terhadap Kepercayaan Anggota Pada Bank Muamalat KCP Stabat, *Jurnal Islahiyah* (1) 2.
- Pramesti, G., 2016. *Statistika Lengkap secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Priadana, Moh. S & Salaudin M, 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qardawi, Y, 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terjemah Zainal Arifin (et.al), Jakarta: Gema Insani Press.

- Rahmayanty, N, 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ratnawili, 2021. Pengaruh Service Excellence, Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Pengguna Jasa Grab di Kota Bengkulu), Vol. 4 No. 2 (2021): *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*.
- Ridwan, A H, 2013. *Manajemen Baitul Mal wa Tamwil*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Robbins, S & Judge, T., 2013. *Organizational Behavior* Edition 15. New Jersey: Pearson Education.
- Roberto, 2020. *Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepercayaan Anggota dan Loyalitas Anggota dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Syariah KCP Magelang)*, Skripsi IAIN Salatiga.
- Rosady, R., 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi ; Edisi Revisi. Cet. Ke-6*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sa'diyah, 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Anggota, *EQUILIBIRUM* Volume 1, No.1, Juni.
- Sari, N., 2012. Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam, *Media Syariah*, Vol. XIV No. 2 Juli – Desember.
- Siregar, S., 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Subagiyo, R., 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, Jakarta: Alim's Publishing.
- Subandi, 2013. *Ekonomi Koperasi: Teori dan Praktik*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2006. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Anggota Perbankan di Surabaya, *Jurnal Kinerja*. Volume 10. No. 1.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2015. *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sujianto, A E, 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta:Prestasi Pustaka Publisher.
- Sula, S., & Hermawan K., 2006. *Syariah Marketing*, Cet. III; Bandung: Mizan.
- Sumadi dkk, 2021. Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7 (02).
- \_\_\_\_\_, 2017. Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Di Kota Surakarta, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 03 No. 02.
- Sumarwan, U, 2011. *Perilaku Konsumen*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sutopo & Adi S., 2001. *Pelayanan Prima* Jakarta; Lembaga Administrasi Negara.
- Syaifudin, A A, 2018. *Pengaruh Spiritual Marketing, dan Service Excellent Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Koperasi Syari'ah Talun Bojonegoro)*, Tesis Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Thiptono, F., 2004. *Pemasaran Jasa* , Malang : Bayumedi.
- Usman, H & Purnomo S, 1996. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Utari dkk, 2020. Pengaruh Syariah Marketing dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Anggota Jasindo OTO Pada PT Asuransi Jasindo Syariah Kantor Pemasaran Medan, *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* Volume 11 No. 1 Januari – Juni.