

## DAFTAR REFERENSI

- Adhaghassan, F. S. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery*. Universitas negeri yogyakarta.
- Alnaser, F. M. I., Ghani, M. A., Rahi, S., Mansour, M., & Abed, H. (2017). The Influence of Services Marketing Mix ( 7 Ps .) and Subjective Norms on Customer ' s Satisfaction in Islamic Banks of Palestine. *European Journal of Business and Management*, 9(27), 20–25.
- Assauri (2015) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Penerbit. Ombak: Yogyakarta.
- Cronin et.al.,(2016) Measuring Service Quality: A. Reexaminataion and Extension”, *Journal of Marketing*, Juny (56): 55-68.
- Challa, V. N. S. K., Podile, V. R., Burra, V. K., Padmalatha, P., & Nimmagadda, B. (2022). Assessment Of Marketing Mix Variables On Customer Satisfaction: A Structural Treatise On Sbi Bank Customers. *International Journal of Early Childhood Special Education (INT-JECSE)*, 14(3), 2611–2618.
- Darmawi, (2016). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Dodiet, A.(2018) *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*. Jakarat
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *PEMASARAN JASA Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (Cetakan Pe). Penerbit Deepublish Publisher.
- Fitriani Dayasari Hasan. (2012). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Achmad Yani Makassar*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Erisandi, T. (2016), Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin, Makassar.  
<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/18947/SKRIPSI%20LENGKAPFEB-MANAJEMENTITIN%20ERISANDI.pdf?sequence=1>.
- Gasperz,V. (2012) *All In One: Production and Inventori Management*, Edisi 8., Bogor
- Gusnawati, R., Utami, H. Y., & Sari, M. K. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Simpedes Di Pt . Bank

- Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk Unit Batang Kapas Cabang Painan. *Jurnal Citra Manajemen*, 1(1), 1–11.
- Hasan, A. (2012), *Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Heizer, J. & Render, B.. (2016). *Manajemen Operasi*. Edisi Sebelas.. Jakarta: Salemba Empat.
- Hururiyati, R. (2016) *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Indratama, A.B. & Artanti, Y. (2014) .Pengaruh Citra Merek dan Promosi penjualan Terhadap Keputusan Nasabah memiliki Tabungan Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2(4). 1-15
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan* (Cetakan Pe). Unitomo Press.
- Indratama, A. B., & Artanti, Y. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1261–1272.
- Kasmir (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016) *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2014) *Principles of Marketin*, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., (2015). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Kushwaha, G. S., & Agrawal, S. R. (2015). An Indian customer surrounding 7P ' s of service marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22(1), 85–87.
- Lovelock, C. (2012) *Pemasaran Jasa*. Edisi Ke 7. Jakarta: Erlangga
- Lukmandaru, G., & Istoto, Y. E. B. (2016). *Kewirausahaan Hasil Hutan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI.
- Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi. Dua. Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2019) *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Marwa, S., Sumarwan, U., & Nurmalina, R. (2014). Bauran Pemasaran Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Asuransi Jiwa Individu. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, 7(3), 183–192.
- Mohammad, H. I. (2021). 7PS Marketing Mix And Retail Bank Customer Satisfaction In Northeast Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 3(3), 70–88.

- Nursalam (2018) *Proses dan Dokumentasi Keperawatan Konsep dan Praktik*. Jakarta: Salemba Medika.
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 115–131.
- Pour, B. S., Nazari, K., & Emami, M. (2019). The effect of marketing mix in attracting customers: Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province. *African Journal of Business Management*, 7(34), 3272–3280. <https://doi.org/10.5897/AJBM12.127>
- Priyatno, Duwi (2014). *SPSS 22 : pengolahan data terpraktis*, Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Pramesty, D. P., & Aqsa, M. (2022). The Effect of the 7P Marketing Mix and Service Quality on Customer Satisfaction. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 3(2), 186–192.
- Purnama, M. S. A. C., & Murwatiningsih. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Ke Museum Ranggawarsita Semarang. *Management Analysis Journal*, 1(3), 1–10.
- Ridloah, S. (2016). A Qualitative Analysis Into The Strategic Priorities Of The Indonesian Bank Industry. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*, 7(1), 91–104.
- Santoso, Y. (2015). e Impact of Marketing Mix (7P's) Towards Fish Feed Customer Satisfaction of PT. Central Proteinaprima in Sidoarjo Area. *IBuss Management*, 3(2), 403–412.
- Sari, O. V. P. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Unmul Untuk Menabung Produk Tabunganku Di Bank Kaltim Kantor Kas Unmul. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 358–369.
- Sathiyavany, & Shivany. (2018). E-Banking Service Qualities, E-Customer Satisfaction, and e-Loyalty: A conceptual Model. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(6), 4808–4819. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v5i6.08>
- Setianto, G., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Bukti Fisik Dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(4), 368–376.
- Shafitranata. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Kredit Mikro PT. Bank Bjb Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 362–374.
- Sohrabi, A., Khanbolooki, S., & Ghazavi, T. (2017). Investigating the relationship between marketing mix of Parsian banking services and customer loyalty according to the mediating role of customer satisfaction. *Bulletin de La Société Royale Des Sciences de Liège*, 86(1), 421–433.
- Saladin, D. (2015), *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda
- Schifman & Kanuk, (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.

- Setianto, G & Wartini, S. (2017). Pengaruh Bukti Fisik Dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal 6 (4)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
- Soegoto (2012) *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis*. Ulung. Jakarta: PT. Elex Media
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suryani (2017), *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. Prenadamedia
- Tamba, D., & Purba, B. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Pijer Podi Kekelengen Cabang MedaN. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 167–182.
- Tjiptono, F. (2016) *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra (2016) *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.
- Umar, H. (2016) *Metodologi Penelitian, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Warnadi (2019) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Yusuf, M., Abadi, M. T., & Asyuti, R. (2022). Pengaruh Marketing Mix Dan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda Di Masa Pandemi. *Ekonomi Islam*, 13(1), 85–97
- Yu-Jia Hu (2014) *Service Quality As Mediator Of The Relationship Between Marketing Mix Strategy And Customer Loyalty: The Case Of Retailing Stores In Taiwan*, (The International Journal of Organizational Innovation, Vol. 2, No. 2