

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A, R. (2012). The Effect Of Marketing Mix and Customer Perception on Brand Loyalty. *IOSR journal of Business and Management* .
- Abdullah, e. a. (2013). *Pemasaran Syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Abuznaid. (2012). *Pemasaran syariah teori, filosofi dan isu - isu kontemporer* . Depok: Rajawali Pers.
- Adi Santoso, Y. R. (n.d.). Analisis Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Restoran Bale Rasa Ponorogo. *Chage Agent For Management Journal* , 367.
- Alawiah, S. (2016). Pengaruh dan Pengungkapan CSR dan informasi keuangan terhadap abnormal Return ( Studi Emperis Pada Perusahaan Pertambangan dan Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2011- 2015). *FEB UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta* .
- Alifah, N. (2014). Pengaruh citra, Pelayanan, Aksesoris jasa, Keragaman Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada nasabah BPD DIY syari'ah Yogyakarta. *Ekbisi* , 67-82.
- Andre, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang. *Skripsi* .
- Arham. (2010). *Pemasaran Syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Arikunto, S. d. (2006). *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arinda, w. d. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran MLM Syari'ah dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Bahari, M. A. (2012). *Marketing Mix From Islamic Marketing Perspective*. working papers series.
- Djunaid, I. S. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) jasa penginapan berbasis syari'ah di hotel Sofyan Inn, Srigunting Bogor. *Jurnal Fame* , 1- 91.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empatbuku 2 Edisi 5*. Jakarta.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Hassan, e. a. (2012). *Pemasaran Syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Ishak, e. a. (2012). *Pemasaran syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Ista V.R, R. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Accounting* , 2.
- Karim, A. A. (2006). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. d. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Munawarah, F. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Transportasi Berbasis Online Di Banda Aceh (Studi Kasus Transportasi Online Go-Jek)*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri AR- RANIRY.
- Nur Asnani, d. M. (2017). *Pemasaran Syari'ah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer* . Depok: Rajawali Pers.
- Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing : Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw.( Islamic Marketing: Establishing and Developing Business with Marketing Practies Rasullah Saw.)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangkaraja, A. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar Simpati Pada wr.Telkomsel di Makassar. *skripsi tidak dipublikasikan* .

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, A. S. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia* . Malang: UIN- Maliki Press.
- Usmara, A. (2008). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Books.
- Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap keputusan Pembelian konsumen pada produk Indomie*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wilson. (2010). *Pemasaran Syariah teori, Filosofi dan isu-isu kontemporer* . Depok: Rajawali Pers.
- Yuswohady. (2014). *Marketing of The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- HPAI, “HPAI Indonesia,” dalam [http: // www.agenhpai:my .id /2011/12/hpai – Indonesia-profil- perusahaan.html](http://www.agenhpai.my.id/2011/12/hpai-Indonesia-profil-perusahaan.html).

