

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., Islam, M. H., & Nasrifah, M. (2024). Strategi Pengelolaan Dana Pihak Ketiga dalam Meningkatkan Likuiditas pada Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus BSI KCP Probolinggo. *Economic Reviews Jurnal*, 3(1), 238–250. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.149>
- Ahmadi, M. A. (2024). Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 15–25. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>
- Aisy, P. rihhadatul, Sefaringga, S. haelin., Supendi, A., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 124–132. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i3.115>
- Amelia, A., & Yanti, N. (2024). Strategi yang Efektif dalam Pengembangan Produk Bank Muamalat KC Medan Baru. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1266–1272. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i3.635>
- Andika, M. R. (2024). Pengaruh Ketaatan pada Peraturan Hukum Syariah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 192–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.34005/elarbah.v8i1.3696>
- Arrizki, F. (2024). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multiguna (PMG) dalam Menarik Minat Nasabah Menabung di Bank Sumut Syariah. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 140–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1520>

- Ayu, I., Wulandari, P., & Lestari, S. (2022). Strategi Meningkatkan Funding dimasa Pandemi pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumberrejo Bojonegoro. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 113–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.37812/aliqtishod>
- Azizah, B. P., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 88–100. <https://lonsuit.unismuhluwuk.ac.id/emor/article/view/1504>
- Azri, A. D., Salsabila, V. S., & Nurhaliza, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Jurnal of Sharia Economics*, 6(2), 120–131. <http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>
- Devi, S., & Silviany, I. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 4(1), 39–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jrps.v4i1.6602>
- Efriyanti, N., & Fasa, M. I. (2024). Analisis strategi pemasaran syariah terhadap kepercayaan nasabah di bank syariah indonesia 1,2,. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(3), 430–442. <https://doi.org/doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.81>
- Farid, N. (2024). Pengaruh Kepuasan Nilai Islam dan Pengalaman Positif terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 19(2), 785–798. <https://doi.org/10.46576/juwarta.v19i2.6053>
- Firdaus, & Amalia. (2024). Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Perspektif Kualitas, Kepercayaan, dan Religiusitas. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 345–358. <https://doi.org/10.37531/mirai.v9i1.8214>
- Griffin, J. (2015). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It* (Revised Ed).

Jossey-Bass atau McGraw-Hill. <https://www.wiley.com/en-us/Customer+Loyalty%3A+How+to+Earn+It%2C+How+to+Keep+It-p-9780787961237>

Hadi, N., & Wijaya, I. A. (2024). Manajemen Dana Bank Syariah dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1215–1221. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2704>

Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (1st ed.). CAPS (Center for Academic Publishing Service). <http://www.caps-publishers.com/>

Hasibuan, N. H., Utami, W., Parulian, S., Rambe, N., & Ningsih, D. S. (2024). Optimalisasi Pembelajaran melalui Pendekatan, Strategi, Metode, dan Teknik Pembelajaran. *Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*, 5(1), 202–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.31943/counselia.v5i1.116> Abst

Hidayah, A. N. U. R. (2021). *Dampak Strategi Pemasaran pada Produk Funding terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah BPRS Kotabumi KC Bandar Lampung* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/16382/>

Hidayat, R., & Pertiwi, F. A. (2022). Optimalisasi Kualitas Layanan dan Produk Bank Muamalat Probolinggo. *Jurnal Sharia Economica*, 1(2), 142–150. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.621>

Hotdiana, F., & Nasution, M. L. I. (2023). Pengaruh Pelayanan dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan dan Pembiayaan (Studi Kasus : Bank Syariah KC Padangsidempuan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2442–2450. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9524> 1.

- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (4th ed.). Alfabeta.
<https://cvalfabeta.com/product/bauran-pemasaran-dan-loyalitas-konsumen/>
- Khuzaini, Maskur, Husain, A. S. K., Irpan, M., & Shaddiq, S. (2024). Sharia Bank Customer Loyalty of Sharia Bank Banjarmasin City: Religiosity , And Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 946–952.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12445>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/>
- Layaman, & Nurlatifah. (2016). Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektivitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha. *Jurnal AL-Mustashfa*, 4(2), 111–123.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24235/jm.v4i2.1154>
- Layaman, Wartoyo, & Yusuf, A. A. (2017). Membangun Kekuatan Nilai Perjanjian Syariah dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Pemikiran Islam*, 22(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.32332/akademika.v22i2.814>
- Manik, A. F. I. (2018). Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 602–607. <https://doi.org/10.55210/bilal.v1i1.5>
- Mardhatillah, N. (2024). Pengaruh Relationship Quality terhadap Loyalitas Nasabah KPR Subsidi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 109–125.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1512>
- Martini, L. K. B. (2013). Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment, dan Customer Loyalty (Studi pada Sebuah Bank Nasional di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 18(1), 9–25.

<https://www.neliti.com/publications/253965/>

- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya. <https://rosda.co.id/pendidikan-keguruan/341-metodologi-penelitian-kualitatif-edisi-revisi.html>
- Muhammad, N., & Munir, M. (2023). Pengaruh Kualitas Relationship Marketing terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada Bank BSI di Bondowoso. *Journal of Economic and Islamic*, 2(1), 126–136. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3412>
- Muhasanah, A., & Rahman, H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Produk Funding terhadap Minat Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pragaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.21070/perisai.v3i2.1582>
- Mumtaz, A. H., & Jaharuddin. (2025). Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 1199–1220. <https://doi.org/10.15408/aiq.v13i2.23964.8>
- Nofinawati. (2008). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, 7(2), 1–10. <https://doi.org/10.15548/ijtihad.v7i2.21>
- Nursalim, E. (2019). Konsep Produk Tabungan pada Bank Syariah (Produk Tabungan Wadiah dan Mudarabah). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, VII(2), 95–111. <https://doi.org/10.21043/jurisprudensi.v10i1.3533>
- Permatasari, S., & Adiba, E. M. (2024). Faktor-faktor penentu loyalitas nasabah bank syariah indonesia factors determining customer loyalty in bank syariah indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.26905/jkp.v22i1.1802>

- Pratiwi, A. N., Maharani, T., & Amri, A. (2025). Studi Kualitatif tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 101–106. <http://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah>
- Rahman, A., & Ismail, M. (2023). Strategi Pertumbuhan Nasabah Loyal Bank Syariah melalui Perpaduan Nilai Islam dan Inovasi Teknologi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2341–2350. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9431>
- Ramdhani, D. N. U. R. (2022). *Strategi Pemasaran Funding Officer Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tangerang Parakan pada Masa Pandemi Covid-19* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62744>
- Rifa'i, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 31–37. <https://glorespublication.org/index.php/ekodestinasi>
- Risman, L. (2017). *Strategi Meningkatkan Funding Produk Tabungan Faedah di PT Bank BRISyariah KCP Bandar* [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2665/>
- Salwa, P. Y. D., Hidayat, W., Septiani, P., Restiani, D., & Jannah, M. (2024). Journal of Islamic Banking. *Journal of Islamic Banking*, 5(X), 1–15. <https://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JIB/>
- Saputra, A. (2024). Etika Pemasaran Syariah Solusi bagi Pemasaran yang Adil dan Transparan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(4), 21–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.62007/joumi.v2i4.389>
- Siregar, S. (2022). Masalahah Masalahah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 174–

181. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Sobariyah, Muawanah, & A'yun, D. S. (2024). Pengaruh Personal Branding Funding Officer terhadap Loyalitas Nasabah pada Produk Pembiayaan di PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. *Indonesian Journal of Economy and Education Economy* Vol, 02(01), 207–215. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJEN>

Sriyono, & Rofila, J. (2024). Pengaruh Suku Bunga, Kepuasan Nasabah, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Journal of Economics, Business and Management*, 11(2), 210–220. <https://doi.org/10.31604/jips.v11i2.2024.643-652>

Suchro, P. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Funding* [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo]. <http://etheses.iaainponorogo.ac.id/9378/>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (16th ed.). Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>

Surahmah. (2024). Strategi Pengembangan Kualitas Layanan Digital dalam Membentuk Kepuasan Nasabah BSI Sidoarjo. *Journal of Sosial Studies*, 1(2), 87–96. <https://journals.akademia.or.id/index.php/sjss/index%0AStrategi>

Sutomo, D. A., & Rofiuddin, M. (2022). Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia: Dampak Relationship Marketing dan Mobile Banking dengan Switching Barrier sebagai Variabel Moderating. *Journal of Management and Digital Business*, 2(1), 39–47. <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb> EISSN:

Syam, S. D. (2025). Transformasi Strategi Marketing Syariah dalam Pengembangan

Bisnis Perbankan Syariah Modern. *Journal of Indonesian Sharia Economics*, 4(September), 139–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1808>

Tjiptono, F. (2017). *Service Management*. Andi. <https://andipublisher.com/>

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (1st ed.). Andi. <https://andipublisher.com/>

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). Andi. <https://andipublisher.com/>

Yulianto, A. (2011). Membangun Kemitraan Bank Syariah dengan Pendekatan Syariah Marketing. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 4(1), 197–230. <https://doi.org/10.15294/jejak.v4i1.4640>

