

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman dan Muhidin. (2011), *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Abdurahman, M., Sambas, A.M. dan Somantri, A. (2011), *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Akbar, M.M. dan Parvez. (2009), *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty*, ABAC Journal, Vol. 29, No.1. Januari, 24-38.
- Anuforo, R., Ogungbangbe, B.M. dan Edeoga, G. (2015), *A Study of the Impact of Customer Relationship Management on Bank Growth in Nigeria*. Journal of Social Economics Vol. 2, No. 4, 2015, 177-187.
- Berry, L., Leonard dan Parasuraman, A. (2006), *A Marketing services*. New york: The Free Press.
- Caesar, E. (2011), *Tinjauan Motivasi Kerja Karyawan Pada Badan Kepegawaian Daerah Kota Bandung*: Bandung.
- Chan, S. (2013), *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Cetakan Kedua. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Chaston, I. (2010), *Relationship Marketing And The Orientation Costumers Require Of Suppliers*. Journal Of Service Industries. Vol 20 (3) Pp 147-166.
- Churchill, G. A. dan Iacobucci, D. (2010), *Marketing Research Methodological Foundations. Eight Edition*. South Western, A Division of Thomson Learning, Natrop Boulevard, Mason, Ohio.

- Creswell. (2010), *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djati, P. dan Ferrinadewi, E. (2014), Pentingnya karyawan dalam pembentukan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa (Suatu kajian dalam proposisi). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 6, No 2.
- Erlina. (2008), *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi kedua, Cetakan Pertama. USU Press, Medan.
- Ghozali, I. (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. (2008), *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Handito, J. (2012), *The 5 Marketing: Lima Ide Kreatif Mengoptimalkan Pemasaran*. Jakarta: Arrbey.
- Husein, U. (2008), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Imasari, K. dan Nursalin, K.K. (2011), Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. BCA Tbk. *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol 10, No 3.
- Iriani.S.S, (2011). *Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Junusi, R.L. (2009), Implementasi Syariah Governance Serta Implikasinya Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah.

- Junusi, R.L. (2012), *Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah dengan Pendekatan Customer Relationship Management*. Institut Agama Aslam Negeri Walisongo Semarang.
- Kotler dan Keller. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2014), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Laila, N.A. (2011), *Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Reputasi Dan Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang*.
- Lau, G. dan Lee, S. (2012), *Consumers' Trust in A Brand and Link to Brand Loyalty dalam Journal of Market Focused Management*, vol.4, hlm.341-70.
- Lukas Setia, A. (2010), *Teori dan Praktek Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Majid, S.A. (2013), *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Mappatempo, A., Idrus M. Syafiie, Setiawan, M. dan Nimran, U. (2011), *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kinerja CRM Bank Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Penerapan CRM Pada Perbankan Di Kota Makassar)*.
- Mashuri. (2008), *Penelitian Verifikatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Mayer, J.D., Salober, P. dan Caruso, D.R. (2005), *Emotional Intelligence: Theory, Findings, And Implications*. *Psychology Inquiry*, 15 (3): 197-215.

- Miles, M. P. dan Jeffrey G. C. (2012), *Environmental Marketing : A Source of Reputational, Competitive and Financial Advantage*. Journal of Business Ethics.
- Moorman. C, Deshpande, R. dan Zaltman, G. (2011), *Actors Affecting Trust in Market Relationship*. Journal of Marketing. Vol 58.
- Mowen dan Minor. (2012), *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi. Kelima (terjemahan). Erlangga. Jakarta.
- Narimawati, U. (2010), *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Genesis.
- Nguyen. (2012), *Factors That Influence Consumer Purchasing Decision of Privat Label Food Products*. Thesis. Swedia. School of Business Society and Engineering.
- Park, E.J., Kim, E.Y. dan Forney, JC. (2013), *A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior*. Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446.
- Payne, A. (2011), *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pursetyaningsih. (2013), “Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi, Keterpaksaan Berpindah, dan Rekomendasi pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank”. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 1 No.3, Desember.
- Purwanto. (2012), *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

- Rangkuti, F. (2006), *Measuring Customer Satisfaction*, (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan), serta Analisis PLN JP. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasingam, P. (2012), *Customer's Trust Indicators in the Online Hotel Booking Decision*. International Journal of Business, Humanities and Technology Vol. 2 No. 2; March 2012.
- Riduwan dan Kuncoro, E.A. (2008). Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan dan Kuncoro. (2012). Cara Menggunakan dan Memakai *Path Analysis* (Analisis Jalur). Bandung: Alfabeta.
- Rust, R. (2011), *Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy*.
- Sari, F.M. (2011), Pengaruh *Trust* dan *Communication* Terhadap *Customer Loyalty* di Perbankan (Studi Kasus pada nasabah Bank Mandiri Cabang Soekarno Hatta di Malang) Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya.
- Sarwono, J. (2006), Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Seok, C.B. dan Chiew, T.C. (2013), *Trust, Trustworthiness And Justice Perception Toward The Head Of Department*.
- Setiawan, Margareta, S. dan Edwin, J. (2014), Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014).

- Shainesh, G. (2012), *Customer Relationship Management: Emerging Concept, Tools, and Application*. New Delhi: Tata-McGrawHill.
- Sinaga, S.J. (2006), Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk.). google.com.
- Somantri, A. dan Sambas, A. M. (2006), *Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Storbacka. (2012), *Business Model Design: Conceptualizing Networked Value Co-Creation*, International Journal of Quality and Service Sciences, Vol. 2 No. 1, pp. 43-59.
- Sudjana. (2013), *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi Peneliti*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2007), *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011), *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012), *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, H. dan Febriyan, L. (2014), Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* Terhadap *Customer Trust* dan *Customer Loyalty* Pada Bank BRI Cabang Pekanbaru Imam Munandar.

- Sumarni dan Wahyuni. (2006), *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sunarto. (2010), *Pengantar Statistika (untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2006), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2010), *Manajemen jasa*, Edisi Kedua. Andi offset. Yogyakarta.
- Tunabenani, H.W. (2015), *Persepsi Konsumen Terhadap Pelaksanaan Customer Relationship Management (CRM) Pada Bank BNI Syari'ah Malang*. Other Thesis, University Of Muhammadiyah Malang.
- Tunggal, A.W. (2010), *Teori dan Praktek Auditing*. Jakarta: Harvarindo.
- Umbara, T. dan Ariyanti, M. (2011), *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy/Indihome Serta Strategi Implementasinya Di Telkom E-Service*.
- Utami, K.R. (2013), *Tesis: Analisis Ketersediaan Produk dan Kemudahan Penggunaan Produk Tabungan Tandamata Serta Pengaruhnya Terhadap Reputasi Bank (Studi Kasus Pada Bank bjb Cabang Depok)*. Universitas Widyatama, Bandung.
- Wang, Y.G., Lo, H.P. dan Hui, Y. (2012), *Multi-level competition and the integrated hierarchical model of competitive advantages in turbulent environments: a resource-based view*. Journal of Future Studies, Strategic Thingking and Policy. Volume 4 Number 3.

Wolfe, D.B. (2008), “*Developmental relationship marketing (connecting messages with mind: an empathetic marketing system)*”. Journal of Consumer Marketing. Vol. 15 Iss 5pp. 449-467.

Zur, A., Leckie, C. dan Webster, C.M. (2012), *Cognitive and Affective Trust between Australian Exporters and Their Overseas Buyers*. Australasian Marketing Journal, 20 (1), 73-79. Retrieved Oktober 10, 2013, from <http://www.datadanesh.com/freearticle/2006.pdf>.

