

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 1 (2022): 108–32.
- Anggito, Albi, dan setiawan Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Arifin, Zaenal, dan Risqi Padma Negara. *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Aryani, Ni Kadek Ayu Eka. "Peran Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Lembaga dalam Pengambilan Keputusan Menabung Studi Kasus di LPD Desa Bongkasa." Politeknik Negeri Bali, 2025.
- Aryanto, Aris. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Athaya, Muhammad Fawwaz, dan Anne Ratnasari. "Personal Selling dalam Pemasaran Produk Deposito Rupiah di Bank Syariah Indonesia." *Bandung Conference Series: Communication Management* 6, no. 1 (2026): 211–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcscm.v6i1.23376>.
- Badan Pusat Statistik. "Kota Blitar dalam Angka 2025." Blitar, 2025.
- Bank Muamalat Indonesia. "Bank Muamalat Indonesia: Pertama Murni Syariah." [bankmuamalat.co.id](http://bankmuamalat.co.id), 2016. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/sejarah>.
- . "Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia." Jakarta, 2024.
- . "Produk & Layanan Tabungan." [bankmuamalat.co.id](http://bankmuamalat.co.id), 2016. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-prima>.
- . "Tentang Muamalat." [bankmuamalat.co.id](http://bankmuamalat.co.id), 2016. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/visi-misi-nilai>.
- Bank Syariah Indonesia. "Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia." Jakarta, 2024.
- Cooper, dan Emory. *Metode Pendekatan Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005.
- Ervandi, Mochammad Zulfikar. "Pengaruh Personal Selling dan Direct Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea di Surabaya." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 6, no. 2 (2021): 152–161.

- Gohae, Menitulo. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 4, no. 2 (2021): 297–308. <https://doi.org/https://doi.org/10.57094/jim.v4i2.245>.
- Hasnindar. *Pemasaran Terpadu*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Helaluddin, dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Herawati, Anjanis Dewi, Mohammad Yahya Arief, dan Randika Fandiyanto. "Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Seafood Situbondo." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 2, no. 7 (2023): 1434–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3557>.
- Imron, Moh Ali, Joko Suyono, Emiliya Rahma Wati, Aldrin Arizona, dan Damarsari Ratnasahara Elisabeth. "Pengaruh Personal Selling, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk CV. Sinar Mentari Indonesia di Blitar." *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2025): 299–315. <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i2.69>.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Karza, Arya, Muhammad Hidayat, dan Ahmad Firman. "Efektifitas Kualitas Pelayanan, After-Sales Services dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT. Toyota Hadji Kalla)." *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 13, no. 2 (2024): 250–260. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4844>.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Khoirunnisa, Anita Yulia, dan Hendra. "Peran Literasi Keuangan dalam Meningkatkan Keputusan Menabung pada Generasi Muda di Perbankan Syariah." *An-Najah: Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2026): 1–7.
- Khotimah, Wiwit Khusnul, Imam Annas Mushlihin, dan Nilna Fauza. "Optimalisasi Pendayagunaan Zakat terhadap Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGS) (Studi Kasus Program Bojonegoro Produktif BAZNAS Bojonegoro)." *Opinia De Journal* 2, no. 1 (2022): 14–32.
- Kirana, Marshella Sukma, dan Muhammad Iqbal Fasa. "Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Produk Bank Syariah pada Era Digital." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 12 (2024): 1–14. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/download/1652/1488>.
- Kotler, dan Keller. *Marketing Management*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2016.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- MiftaQurromah, Yuselda. “Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, dan Promosi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Blitar (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar).” UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2021.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Muhammad, As’adi. *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Mujib, Abdul. *Manajemen Pemasaran Syariah: Strategi Promosi Produk Pembiayaan Bank Syariah*. Surabaya: UM Surabaya Publishing, 2022.
- Nasiroh, Ulyatin, Wahidullah, dan Zahrotun Nafisah. “Risiko Strategi Jemput Bola pada Produk Simpanan Sembako (SIMKO) Di KSPPS Artha Yasmin Az-Zahra Jepara.” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2025): 757–68. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25750>.
- Niagara, Johan Bagaskara Fajar, dan Hamim. “Personal Selling sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada CV. Mulia Edutainment.” *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)* 02, no. 02 (2024): 425–30.
- Oktapiani, Ade Ayu, dan Tuti Anggraini. “Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT BSI KCP Gunung Tua.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3423–3433. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803>.
- Pradikto, Sugeng. “Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Bank.” *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 12, no. 1 (2008): 136 – 149.
- Rahmadhani, Herlambang. *Metode dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rianto, M. Nur Al Arief. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Rusdianto, Aprian, dan Meiffa Herfianti. “Pengaruh Personal Selling dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan Allbaik Lingkar Barat Kota Bengkulu.” *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)* 6, no. 2 (2025): 1004–16.
- Sadiyah, Dewi. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.

- Sappeami, dan Baharuddin. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Makassar.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2021): 26–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.36915/jimat.v1i1.115>.
- Sari, Diyan. “Tren Jumlah Jemaah Haji Indonesia 2022-2025.” goodstats.id, 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/tren-jumlah-jemaah-haji-indonesia-2022-2025-WKNJL>.
- Sari, Novita, dan Riskia Putri. “Pengaruh E-Wom (Electronic Word of Mouth) dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KC Pemekasan.” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10, no. 4 (2025): 2719–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27410>.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Sinulingga, Nora Anisa, dan Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Medan: IOCS Publisher, 2021.
- Siregar, Ina Namora Putri, dan Elisabeth Natalia. “Pengaruh Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecor pada PT. Cakrawala Elecorindo Medan.” *Jurnal Niagawan* 7, no. 2 (2018): 80–89.
- Sudarman, La, La Jejen, dan Husriah. “Peran Religiuitas dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 9, no. 1 (2022): 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jbm.v9i1.6792>.
- Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sururin, Anis. “Peran Strategi Layanan Cash Pick Up dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pelajar Memilih Tabungan Simpel iB (Studi Kasus di Bank Jatim Syariah KCP Blitar).” IAIN Kediri, 2024.
- Wulandari, RR Roosita Cindrakasih, Efi Endang Dwi Setyorini, Achiruddin Siregar, dan Pilifus Junianto. “Pengaruh Kemudahan Pembayaran Menggunakan QRIS, Komunikasi Pemasaran, Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian.” *RIGGS* 4, no. 1 (2025): 471–477. <https://doi.org/ttps://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.439>.
- Yansah, Roby. “Pengaruh Personal Selling dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Welty Indah Perkasa Cabang Palembang).” Universitas Sriwijaya, 2024.
- Zuliatin. “Pengaruh Personal Selling, Direct Selling dan Hubungan Masyarakat

terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar).” *An-Nisbah* 3, no. 1 (2016): 88–104. <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.87-104>