

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, A. G. (2007). Perbankan Syariah di Indonesia. Yogyakarta: UGM Press. hal.60-64
- Antonio. (1992). dan Bagaimana BANK ISLAM . Yogyakarta: Veresia Grafika.hal.111-118
- Antonio, Muhammad Syafi'i, Perwataatmadja, & Karnaen. (1992). Apa dan Bagaimana Bank Islam. Yogyakarta: Veresia Grafika.hal.121
- Arifin, Z. (2000). Memahami Bank Syariah. Jakarta: PT Alfabet.hal.80
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. hal.15-20
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Bada Penerbit Universitas Diponegoro.hal.70-72
- Gitosudarmo, I. (2000). Manajemen Pemasaran Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.hal.43
- Hasan, A. (2010). Marketing Bank Syariah. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Illi, M. (2002). Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan. Yogyakarta: UII Press.hal.50
- Iqbal, Zamir, Greuning, & Henni Van . (2011). Risk Analisis For Islamic Banks. Jakarta: Salemba Empat.hal.65-66
- Karim, & Adiwarmen A. (2013). Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2012). Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.hal.312
- Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad. (2009). Metodologi Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Press.hal.
- Nitisusastro, M. (2009). Perilaku Konsumen daam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Parasuarman et, a. S. (1998). A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. Jurnal Of Retailing, hal.64.
- Sri, N. (2009). Akuntansi Syariah di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

- Sri, N. (2014). Akuntansi Syariah di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Syafi'i, A. (2001). Bank Syariah dan Praktek. Jakarta: Gema Insana.hal.20-23
- Tjiptono, F., & Gregorius Chandra. (2005). Service, Quality, dan Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiroso. (2005). Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wiroso. (2013). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. Jakarta: IAI.
- Zeithaml, VA,A., & Parasuraman and Leonard L.Berry. (1990). The Nature and Determinant of Customer Expectiations of Service . Press New York.
- www.bankkalsel.co.id
- J. Joseph Cronin,, jr. and Steven A. Taylor, Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension, 2012.
- Michael Belch, Introduction to Advertising and Promotion : an Integrated Marketing CommunicationPerspective, 2006.
- Rajeev batra & Kevin Lane Keller, Integrating Marketing Communications : NewFindings, New Lessons, and New Ideas. 2016.
- Renaud VDV, Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment, 2009