

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, M., & Lubis, I. (2015). Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3, 436–447.
- Achmadi. (2008). Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan untuk Membangun Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Unimus*, 5, 1–13.
- Alfansi, L., & Sargeant, A. (2000). Market Segmentation in The Indonesian Banking Sector: The Relationship Between Demographics and Desired Customer Benefits. *International Journal of Bank Marketing*, 18(2), 64–74. <http://doi.org/10.1108/02652320010322976>
- Astuti, T. (2013). *Pengaruh Persesi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Babakus, E., Eroglu, S., & Yavas, U. (2004). Modeling Consumers' Choice Behavior: An Application in Banking. *Journal of Services Marketing*, 18(6), 462–470. <http://doi.org/10.1108/08876040410557249>
- Bank Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan tentang Perbankan 65 (1998). Diambil dari <http://www.bi.go.id/en/tentang-bi/uu-bi/Contents/Default.aspx>

- Bank Indonesia. (2010). Latar Belakang Produk TabunganKu. Diambil 18 Januari 2017, dari www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/program/gimtab/Contents/Default.aspx
- Bhattacharyya, S. K., & Rahman, Z. (2004). Capturing The Customer's Voice, The Centerpiece of Strategy Making. *European Business Review*, 16(2), 128–138. <http://doi.org/10.1108/09555340410524238>
- Binus University. (2015). Analisis Faktor. Diambil 24 Januari 2017, dari <http://sbm.binus.ac.id/2015/11/21/analisis-faktor/>
- Cahyani, E. E. (2008). *Pengaruh Iklan Untung Beliang Britama Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Tabungan Britama BRI*. Universitas Sebelas Maret.
- Cussoy, C., Puspita, I. P., & Hariyanto, A. (2012). *Analisis Pengaruh Accessibility dan Security Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Nasabah KlikBCA*. Universitas Kristen Petra.
- Dakhi, A. S., & Lubis, I. (2014). Analisis Minat Menabung di Kalangan Siswa SMA Negeri di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2, 525–534.
- Ernawati, T. (2015). *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Gwinner, K. P., Gremier, D. D., & Bitner, M. J. (1998). Relational Benefit in Services Industries: The Customer's Perspective. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 26(3), 101–104.

- Halim, C. N., & Suryani, T. (2013). Pengaruh Keramahan, Kredibilitas dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 81–92.
- Haque, A. (2010). Islamic Banking in Malaysia: A Study of Attitudinal Differences of Malaysian Customers. *European Journal of Economics, Finance & Administrative Sciences*, 18(18), 7–18.
- Hardiningsih, P. (2008). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Anggota untuk Menabung di KSU Sumber Dana Semarang*.
- Hasan, I. (2011). Model Optimasi Pelayanan Nasabah Berdasarkan Metode Antrian (Queuing System). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(1), 151–158.
- Hermana, B. (2005). *Kepercayaan dan Keberpihakan Pada Kepentingan Masyarakat : Muara Akhir dari Integritas Perbankan Nasional*
- Hidayat, A. (2014). Penjelasan Analisis Faktor - PCA dan CFA - Uji Statistik. Diambil 25 Januari 2017, dari www.statistikian.com/2014/03/analisis-faktor.html
- Joseph, M., McClure, C., & Joseph, B. (1999). Service Quality in The Banking Sector : The Impact of Technology on Service Delivery. *Journal of Bank Marketing*, 17(4), 182–191.
- Kaynak, E., & Harcar, T. D. (2004). American Consumers' Attitudes Towards Commercial Banks A Comparison of Local and National Bank, 23(1), 73–89. <http://doi.org/10.1108/02652320510577375>
- Kotler, P., & Wong, V. (1995). *Principles of Marketing. Long Range Planning*

(Vol. 28). [http://doi.org/10.1016/0024-6301\(95\)92103-6](http://doi.org/10.1016/0024-6301(95)92103-6)

Latifah, N. R. N. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Plasa Telkom Kandatel Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Lee, J., & Marlowe, J. (2003). How Consumers Choose A Financial Institution: Decision-Making Criteria and Heuristics. *International Journal of Bank Marketing*, 21(2), 53–71. <http://doi.org/10.1108/02652320310461447>

Mardalena. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Masyarakat dalam Menabung pada Bank Syariah di Medan*. Universitas Sumatera Utara.

Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), 43–57.

Minhas, S. R., & Jacobs, M. E. (1996). Benefit Segmentation by Factor Analysis: An Improved Method of Targeting Customers for Financial Services. *International Journal of Bank Marketing*, 14(3), 3–13. <http://doi.org/10.1108/02652329610113126>

Mokhlis, S. (2009). Determinants of Choice Criteria in Malaysia's Retail Banking: An Analysis of Gender-Based Choice Decisions. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 16(Issue 16 (2009)), 18–29. Diambil dari <http://www.eurojournals.com>

Mokhlis, S. (2012). Demographic Discriminators of Service Quality in Local Government. *Engineering Management Research*, 1(1), 131–137. <http://doi.org/10.5539/emr.v1n1p131>

Mustikasari, A. M. (2012). *Pengaruh Product Diversification dan Menabung*

Nasabah pada BNI Makassar. Universitas Hasanuddin Makassar.

- Neysa, Y., Japarianto, E., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan , Jaminan Rasa Aman , dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya, 2(1), 1–8.
- Nurdiana, E. (2009). *Analisis Pemilihan Bank Sebagai Tempat Menabung Dengan Metode Analytical Hierarchy Process*.
- Panca, A. (2016). Pengertian dan Fungsi Rekomendasi. Diambil 18 Januari 2017, dari any.wb.id/pengertian-dan-fungsi-rekomendasi.info
- Pardede, J. P. (2015). Berita - Nasabah Hanya Butuh “Rasa Aman” Saat Menyimpan Uangnya di Bank - *Analisedaily*. Diambil 17 Januari 2017, dari <http://ragam.analisedaily.com/read/nasabah-hanya-butuh-rasa-aman-saat-menyimpan-uangnya-di-bank/170760/2015/09/14>
- Pramana, I. M. S. (2013). Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. BPR Pusaka Denpasar.
- Prasetyo, T. (2015). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang).
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN - JP* (Ketiga). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Roig, J. C. F., Garcia, J. S., Tena, M. A. M., & Monzonis, J. L. (2006). Customer Perceived Value in Banking Services. *International Journal of Bank Marketing*, 24(5), 266–283. <http://doi.org/10.1108/02652320610681729>

- Rosmawati, A., & Rasit, M. (2013). Analisis Faktor, 10–12.
- Salviana, R. (2013). Analisis Segmentasi Nasabah Tabungan Berdasarkan Manfaat Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sawitri, P., & Hartanto, E. (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (R. Ibu, Ed.) (Seri Dikta). Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Siregar, S. F. (2006). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7, 40–47.
- STMIK NUSA MANDIRI. (2014). Perancangan Kuesioner. STMIK NUSA MANDIRI.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: ALAFABETA.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto. (2001). Mencari Jumlah Item Pertanyaan untuk Kuesioner Melalui Pendekatan Jumlah Sample.
- Teguh S, A. (2015). Factor Analysis (Bagian1): Teori. Diambil 27 Maret 2017, dari <http://menrvalab.com/analisis-faktor/>

Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi. Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zineldin, M. (1996). Bank Strategic Positioning and Some Determinants of Bank Selection. *International Journal of Bank Marketing* , 14(6), 12–22.
<http://doi.org/10.1108/02652329610130136>

Zineldin, M. (2005). Quality and Customer Relationship Management (CRM) As Competitive Strategy in The Swedish Banking Industry. *The TQM Magazine*, 17(4), 329–344. <http://doi.org/10.1108/09544780310487749>

