

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Norafifah. Haron, Sudin. (2002). *Perceptions of Malaysian Corporate Customers towards Islamic Banking Products & Services*, (International Journal of Islamic Financial, Vol. 3 (No. 4).
- Arikunto, Suharsimi. (2003). *Prosedur Penelitian Praktek*. Jakarta: PT. Ipta.
- Bank Indonesia, Outlook Perbankan Syariah 2011: *Penguasaan Pasar Domestik Dengan Kualitas Pelayanan Berstandar Internasional*, Direktorat Islamic Banking BI
- Choir, Amrul (12 Januari 2015). *Target Kenaikan Market Share Perbank Syariah*, Diperoleh Tanggal 10 Februari 2015 Dari [Http://Zonaekis.Com](http://Zonaekis.Com).
- Chase, Morgan JP (2013). *Investors Remain Worried Over Citi*. Diperoleh Tanggal 22 Februari 2015 Dari New York: New York Times.Com
- Dwiantika, Nina Dan Bernadette C Munthe, (09 Januari 2015). *Industri Bank Syariah*, Diperoleh pada Tanggal 10 Februari 2015 Dari [Http://Keuangan.Kontan.Co.Id](http://Keuangan.Kontan.Co.Id)
- Diana, Ilfi Nur. (2012). *Hadist – Hadist Ekonomi*. Malang: Uin Press.
- Fred, David F. (2004), *Konsep-Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: Indeks.
- Kartajaya, Hermawan Dan Darwin Waizly (9 Desember 2013). *Selamat Datang Ke Orde Baru Dunia Pemasaran*. Diperoleh Tanggal 11 Januari 2015 Dari [Http://Bisniskeuangan.Kompas.Com](http://Bisniskeuangan.Kompas.Com).
- Kertajaya, Hermawan. (2010), *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan. (2010), *New Wave Marketing The World Is Still Round The Market Is Already Flat (Cet. 5)*, Jakarta: Gramedia.
- Kotler P., & Kertajaya.H. (2010), *Marketing 3.0: From Product to Customer To Human Spirit*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Ph. (2010) *Marketing 3.0*. New Jersey: John Wiley & Sons. Jakarta: Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.

- Lahiri, Istita Dan Gupta, Amitava. (2005). *Brand Extensions In Consumer Non-Durables, Durables And Services: A Comparatif Study*. South Asian Journal of Management, 12 (4), 25.
- Mukarrom, Nasikh. (2013). *Penerapan Strategi Marketing MIX Guna Menghadapi Persaingan Global Di Industri Logam Kota Pasuruan (Studi Kasus Di UD. Sari Alam Disel)*, Skripsi (Tidak Diterbitkan). Fakultas Ekonomi UIN Maulan Malik Ibrahim Malang.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Nazir, Muhammad. (1999). *Metode Penelitian (Jilid 4)*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Swastha, Basu. (2002). *Azas-Azas Marketing (Cet. Ke-5)*. Yogyakarta: Liberty.
- Wijaya, Andyrio (14 November 2014) *Strategi Pengembangan Bisnis Pasca 2014*. Diperoleh Tanggal 27 Desember 2014 Dari (Jakarta: Suarapembaca.Detik.Com,2014), [Http://Suarapembaca.Detik.Com](http://Suarapembaca.Detik.Com)
- Yusanto, M Ismail Dan Widjajakusuma WK. (2003). *Strategis Perspektif Syariah*. Jakarta: Khairul Bayaan.