

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Junaidi. “Fikih Pemasaran Menguak Pemikiran Hermawan Kartajaya tentang Syariah Marketing”, dalam *Jurnal Ijtima'iyya (Pengembangan Masyarakat)*, Vol. 5 No. 1 (Februari 2012).
- Abdurahman, Maman. *Dasar-Dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Abdurrahman, Zen. *Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*. Yogyakarta: DIVA Press, 2011.
- Adji, Jennifer dan Hatane Samuel. “Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap minat beli Pelanggan (*Purchase Intention*) di Starbucks the Square Surabaya”, dalam *Jurnal manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No.1 (2014).
- Adzkiya, Ubbadul. *Analisis Etika Bisnis dan Marketing Nabi Muhammad SAW*. Semarang: Publikasi Ilmiah Unwahas, 2017.
- Al-Arif, M. Nur Riyanto. *Dasar-dasar Pemasaran Perbankan Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Alifudin, Moh. dan Mashur Razak. *kewirausahaan Teori dan Aplikasi Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta : MAGNA Script Publishing, 2015.
- Alma, Buchari. *Manajemen bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- _____. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Al-Ijtihad Fisy_Syari'ah Al-Islamiyyah-Ma'a Nadharatin Tahliliyyatin fiAl-Ijtihad Al-Mu'adshir*. Kuwait: Dar Al-Qalam, 1980.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung, dan Sumarno Dwi Saputra, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 2 (Juni 2015).
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Wacana Ulama & Cendikiawan*. Jakarta: Bank Indonesia/tazkia Institute, 1999.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993.
- Augusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro: Danang Sunyoto, 2006.
- Aziz, Eko Nur Udin. “Analisis Hubungan Jangka Panjang Antara Anggota Koperasi dengan Koperasi Jasa Keuangan”, dalam *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 3, No. 2 (September 2012).

- Bakhri, Syaiful. *Sukses Ekonomi syariah di Pesantran: Belajar dari Kopotren Sidogiri, Koperasi BMT MMU Sidogiri dan Koperasi BMT UGT Sidogiri*. Pasuruan, Penerbit Cipta: 2011.
- Baswir, Revrison. *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2010.
- Chairunnisa, Connie. *Manajemen Pendidikan dalam Multi Perspektif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016.
- Dewi, Nuning Nurna, Achmad Fathoni Rodly, Mohammad Septyan, “Peran Spiritual Marketing sebagai Strategi Sustainability Business di Radio Suara Muslim”, dalam *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Vol. 6, No. 1 (Juni 2022).
- Djaekfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: penebar Plus Naga Swadaya Grup, 2012.
- Effendi, Utsman. *Psikologi Kosumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Fattah, Nanang. *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2016.
- Fauzia, Ika Yubia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Futuh, Fajri, dkk. “Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center” Volume 4, No.1 (2018).
- Gunawan, A., & Mustafid, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang Kenali”, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 7 (2009).
- Gurviesz, A., & Korchia, M. *Proposal for Multidimensional Brand Trust Scale*. 32nd Emac-Conference. Glasgow: Emac, 2011.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Ho, Andrew dan Aa Gym, *The Power of Network Marketing: Hikmah Silaturahmi dalam Bisnis*. Bandung: MQS Publishing, 2006.
- Husaeni, Uus Ahmad, dkk. “Konsep *Spiritual Marketing* dalam Pemasaran Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 01, No. 01 (Januari 2021).
- Ismail, Muhammad. *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*. Bogor: IPB Press, 2012.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Prenadamedia Group, 2011.
- Ismanto, Kuat. *Manajemen Syari’ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari’ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Istijanto. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009.
- Jasfar, Dianing Ratna. “Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah”, dalam *Jurnal Muqtasid*, Vol. 8, No. 1 (2017).

- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indah, 2009.
- Juhanis. “Filosofi Wirausaha Nabi Muhammad”, dalam *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII*, Vol. 2, No. 1 (September-Januari, 2021).
- Kadir. *Statistik Terapan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Kartajaya, Hermawan, dan Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003.
- Khadafi, Angga. *Menejemen Peimasaran Syaraih Pendekaitan Humain Spirit*. Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016.
- Kotler, Philip. *Marketing*. Alih Bahasa: Herujati Purwoko. Jakarta: Erlangga, 2001.
- _____. dan Armstrong, G. *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education, 2018.
- _____. dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Indeks, 2016.
- Kunaifi, Aang. *Menejemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit*. Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016.
- Kusumadewi, Rita, dan Intan Lestari. “Pengaruh *Emotional Marketing* dan Spiritual Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi”, dalam *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Al-Amwal, Vol. 9, No. 2 (2017).
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran: pendekatan praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Maemunah, Hayatul dan Mohammad Nufaiz Mauludin, “analisis pengaruh religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah (studi kasus pada BMT Beringharjo Cabang Ponorogo)”, dalam *Jurnal of Islamic Economic and Philanthropy*, Vol. 4, No. 1 (2021).
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raya Grafindo Persada, 2011.
- Masykuroh, Nihayatul. *Pedoman Penulisan karya Ilmiah*. Serang: FEBI, 2018.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. “An Integratif Model of Organizational Trust”, dalam *Academy of Management Review* (1995).
- McKnight, D.H. “Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology”, dalam *Information System Research*. Volume 13 (2002).
- _____. V. Choundry, dan C.J. Kacmar. “The Impact of Initial Customer Trust on Intentions to Transact with a website”, dalam *Journal of Information and Management*, Vol. 4 (2002).
- Mubarakfury, Syeikh Shafiyurrahman. *Al-Misbah Al-Munir fi Tahzib Tafsir Ibnu Kasir*. Riyadh: Darussalam, 1993.

- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Muljono, Djoko. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Nendi, Ikhsan. "Implementasi Spiritual Marketing Dalam Meningkatkan Kuantitas Pelanggan Di Surya Mandiri Cirebon," dalam *Jurnal Ilmiah Indonesia* 4, no. 9 (2019).
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Nisa, Khoirotnun dan Imam Sopingi, "pengaruh kualitas layanan, emosional marketing dan spiritual marketing terhadap kepuasan nasabah tabungan di KSPPS BMT NU Jombang", dalam *Jurnal of Islamic Economics Studies*, Vol. 1, No. 1 (Februari 2020).
- Nopriani. "Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar di Desa Suka Maju DK4D)", dalam *Artikel Ilmiah, Universitas Pasir Pengaraian* (2016).
- Nor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Norvadewi. "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah konsep, prinsip, dan landasan normative)", dalam *Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1 (Desember, 2015).
- Nuralam, Inggang perwangsa. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB press, 2017.
- Prastiwi, Iin Emy. "Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo)", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.4, No. 01 (2018).
- Rahayu, Isyana dan Didik Setiyadi, "The Effect of Trust, Emotional Marketing, and Spiritual Marketing on Consumer Decisions To Choose Shopee Pay Digital Wallet Services", dalam *Business Review and Case Studies*, Vol. 3, No. 2 (August 2022).
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- _____. *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhummy, 2000.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Ramdan, Anton. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013. Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Rianto, Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ridwan, Ahmad Hasan. *Manajemen Baitul Mal wa Tamwil*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Ridwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Rindjin, Ketut. *Etika Bisnis dan Implementasinya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

- Rini, Endang Sulistya dan Yeni Absah, "Rational, Emotional and Spiritual marketing Strategies in Shariah Banking in Medan, Indonesia", dalam *Jurnal Banks and Bank System*, Vol. 12, Issue 2 (2017).
- Robert, M. Morgan dan Hunt S.D. "The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing", dalam *Jurnal of Marketing*, Vol. 58 (Juli 1994).
- Rusman, Tedi. *Statistika Penelitian Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, Cetakan Pertama, 2015.
- Sahroni, Abdullah. "Implementasi Strategi Pemasaran Rasulullah dalam Konteks Kontemporer", dalam *Jurnal Millah*, Vol. XV, No. 01 (Agustus 2015).
- Saifullah, Muhammad. *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. Semarang: IAIN Walisongo, 2011.
- Schiffman dan Kanuk. *Consumer Behaviour*. USA: New Jersey Prentice Hall, 2012.
- Setiyarini, Triana. "Pemasaran Spiritual sebagai Strategi memenangkan Persaingan Melalui Komunitas Spiritual", dalam *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 3, No. 2 (Oktober 2009).
- Sholihin, Ahmad Ifham. *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2010.
- Soepardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Sofyan, Assauri. *Manajemen Pemasaran; Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Grafindo Persada, 2004.
- Song, Ronggong dan Larry Korba, *Trust in E-Services: Technologies, Practices and Challenges*. London: Idea Group Publishing, 2007.
- Sopiah. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta, 2008.
- Stephen, Robbins. *Perilaku Organisasi*. edisi 12 buku 2. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-23, Bandung: Alfabet, 2016.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- _____. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suhartono, Irawan. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Suyanto, M. *Muhammad Business Strategy & Ethics (Etika dan Strategi Binsyi Nabi Muhammad SAW)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

- Syaifudin, Ahmad Arif. “Pengaruh Spiritual Marketing dan Service Excellent terhadap Kepuasan Anggota dengan Trust sebagai variabel interverning,” (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).
- Tamamudin. “Merefleksikan Teori Pemasaran Ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah”, dalam *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vo. 12, No. 2 (Desember 2014).
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Tasmara, Toto. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Gema Insani Press, Jakarta, 2002.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Umam, Khoirul. “Spiritual Marketing in Islamic Perspective”, dalam *Jurnal of Applied Busniness and Economics*, Vol. 2 No.2 (Desember 2015).
- William, Ziqmund. *Marketing*. South-Western College Pubik, 2003.
- Winasis, Caroline Lystia Rut, Halimah Sandra dan Baruna Hadibrata, “Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi da Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasara)”, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 3, No. 4 (Maret 2022).
- Ya’qub, Hamzah. *Etika Islam: Pembinaan Akhlaqul Karimah*. Bandung: Diponegoro, 1996.
- Yousafzai S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. “A Proposed Model of Trust for Electronic Banking”, dalam *Journal of Service Research Technovation*. Vol. 23 (2003).
- Yulaika, Ruslina. “Pengaruh Atribut Produk, Iklan dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Shoothing Goods Melalui Media Online”, dalam *Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi 11*, No 1 (2013).
- Yunia, Ika. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Zarkasyi, Imam. *Etiquette, Adab Sopan Santun*. Darussalam, Pondok Pesantren Attanwir Prees:1382 H.