

## DAFTAR REFERENSI

- Antonio, Muhammad Syafi'i., 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta, Gema Insani Press.
- Assael, Henry., 1998, *Consumer Behaviour and Marketing Action*, 6<sup>th</sup> edition, Cincinnati, Ohio, South Western College Publishing.
- Berry, Leonard L, And A. Parasuraman., 1991, *Marketing Services*, New York, Free Press.
- Bhote, Keki R., 1996, *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty; The Key to Greater Profitability*, New York, AMA Membership Publication Division.
- Engel JF. Roger, Blackwell dan Paul Miniard, 1995, *Consumer Behavior*, Eight edition, Dryden Press, Orlando
- Handi Irawan, 2003, *Indonesian Customer Satisfaction; Membelah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*, Cetakan Pertama, Elex Media Komputindo.
- Ghozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP UNDIP, Cetakan 4, Semarang
- J. Setiadi, Nugroho, 2005, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, (2004). *Principles of Marketing*, Tenth Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Kartajaya, Herman dan Muhammad Syakir Sula (2006), *Syariah Marketing*, Jakarta, PT Mizan Pustaka.
- L. Lodpn, David & Albert J. Della Bitta, 1993, *Consumer Behavior*, Mc. Graw-Hill Book Company, New York.

- Nasution, Mustafa Edwin dan Hardius Usman, 2006, *Proses Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nachrowi, Djalal, Nachrowi dan Hardius Usman, 2006, *Penggunaan Teknik Ekonometrik; Pendekatan Populer & Praktek Dilengkapi Teknik Analisis & Pengolahan Data Dengan Menggunakan Paket Program SPSS & Eviews*, UI Press, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, D. Nachrowi dan Hardius Usman, 2002, *Penggunaan Teknik Ekonometri*, Jakarta, Rajawali Press.
- R. Salomon, Michael, 2004. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*, Seventh Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Rangkuti, Freddy., 2003, *Measure Customer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisa Kasus PLN-JO*, 2th edition, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma, 2000, *Research Methods For Business : A Skill-Building*, John Wiley & Sons, Singapore.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk, 2000. *Consumer Behavior USA*: Prentice Hall
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam Bandung, Alfabeta.

### **Penelitian sebelumnya**

- Bank Indonesia, 2004, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah; Study Kasus di Pulau Jawa (Jawa Barat, Jawa Tengah), Kalimantan Selatan, Sumatera Selatan*, Kurun Waktu tahun 2000-2004.
- Hendrayani, 2008, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Nasabah BNI terhadap Syariag channeling outlet (SCO) studi kasus SCO BNI Syariah Jakarta Selatan*, Jakarta, Tesis PSTTI Universitas Indonesia

Mahardika, Guntur S, 2004, *Analisis Kebutuhan dan Peluang Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jakarta, Tesis PSTTI Universitas Indonesia.

Muzammil, 2006, *Analisis Tingkat Pengetahuan Petugas Front Liners Bank Niaga terhadap Produk dan Jasa Perbankan Syariah*, Jakarta, Tesis PSTTI Universitas Indonesia.

Prammulia, 2007, *Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Produk BNI Syariah Card pada PT. Bank BNI (Persero) TBK*, Jakarta, Tesis PSTTI Universitas Indonesia.

Samsudin, 2004, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Study Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin)*, Jakarta, Tesis PSTTI Universitas Indonesia.

#### **Artikel-Artikel Internet**

Hasan, Zubairi, 2007, *Modifikasi Office Channeling untuk Memaksimalkan Peluang Pengembangan Perbankan Syariah*.

Mukayan, Sutrisno, 2006, *Catatan Tentang Office Channeling*.

Sunarsip, 2006, *Office Channeling bagi Bank Syariah*

Laporan Perkembangan Perbankan Syariah 2006 Bank Indonesia

Laporan Perkembangan Perbankan Syariah 2007 Bank Indonesia

Peraturan Bank Indonesia No. 8/3/PBI/2006

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

[www.republika.or.id](http://www.republika.or.id)