

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. (1989). *Psikologi Pendidikan*. Nur Cahaya.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, Icek. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Azhar, Z., Mydin, A. A., & Mohd Thas Thaker, H. Bin. (2019). Factors persuade individuals' behavioral intention to opt for Islamic bank services: Malaysian depositors' perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 234–250. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0029>
- Amalia Luthfiani, R., & Candra Sari, R. (2019). THE EFFECT OF RELIGIOSITY, THE LEVEL OF INCOME, AND THE LEVEL OF ISLAMIC FINANCIAL LITERACY TOWARD THE INTEREST OF STUDENT TO BECOME CUSTOMERS IN SHARIA FINANCIAL INSTITUTION (An empirical study on student of Faculty of Economics in Yogyakarta State Unive. *Jurnal Norminal*, VIII.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan's Halal food sector. *Management Research Review*, 38(6), 640–660. <https://doi.org/10.1108/mrr-01-2014-0022>
- Azwar.S. (2002). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Baharum, N. N. B., Maamor, S., dan Othman, A. (2015). Examining The Factors That Influence Customer's Intention To Use Ar-

- Rahnu at Post Office : A Case Study in Kedah. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 11(4), 86–99.
- Busriadi. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Gadai di Pegadaian Syariah Kota Jambi. *Nur El-Islam*, 2, 136–167.
- Fauzi, A. (2017). Variabel yang mempengaruhi minat masyarakat pesantren menggunakan produk perbankan syariah di daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 2(1), 1–25. <http://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/jeba/article/view/378/254>
- Ferdinand.A. (2006). *Structural Equatiom Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Fitria Nurma Sari, F., & Anwar, M. (2018). Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 25–35.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS* (7th ed.). Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hadinoto, L. G. (1998). *Model Alternatif Penilaian Kinerja Bank*.
- Hatmawan, A. A., & Widiasmara, A. (2016). Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pada Perilaku Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah Dengan Agama Sebagai Variabel Kontrol. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 5(2), 101. <https://doi.org/10.25273/jap.v5i2.1192>
- Hidayati, S. (2018). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. BNI Syariah Malang). *Jurnal Ilmiah*.
- Hurlock, E.B., Istiwidayanti, Sijabat, R. (1990). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang*

Kehidupan. Erlangga.

- Iranati, R. B. O. (2017). *Pengaruh Religiusitas Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*.
- Jalaluddin. (2009). *Psikologi Agama*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kamarni, N. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 26–56.
- Kanzu, H. Al, & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Percieved Value Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada Bni Syariah Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13, 14–27.
- Kardoyo, Nurkhin, A., Muhsin, Mukhibad, H., & Aprilia, F. D. (2020). The effect of knowledge, promotion, and religiosity on intention to use Islamic banking sendees. *International Journal of Financial Research*, 11(2), 128–135. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n2p128>
- Luky, M. R. (2016). Minat Berinvestasi Di Pasar Modal: Aplikasi Theory Planned Behaviour Serta Persepsi Berinvestasi Di Kalangan Mahasiswa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Mas'ud, M. H. (2012). Pengaruh Sikap, Norma-Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Nasabah Bank Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Automatic Teller Machine (Atm) Bank Bca di Kota Malang Muchlis. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1, 13–28.
- Muntasir. (2016). Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pengadaan Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Cikarang. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 2(3).
- Muslichah, I., & Sanusi, S. (2019). The effect of religiosity and

- financial literacy on intention to use Islamic banking products. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 85–92. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art2>
- Nugroho, A. P., Hidayat, A., & Kusuma, H. (2017). The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the Islamic banks. *Banks and Bank Systems*, 12(3), 35–47. [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03)
- Poerdawarminta. W.J.S. (2008). *Kamus Umum Bahasa Indonesia (VI)*. PT. Balai Pustaka.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Safi'i, M. . (2016). Preferensi Masyarakat Terhadap Gadai Syariah (Studi Kasus Gadai Emas BRI Syariah Yogyakarta). *Hukum Islam*, 14.
- Sawitri, Y, dkk. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Faktor Sosial dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Suhendra, Y. F., & Arifin, A. Z. (2019). Faktor Yang Memprediksi Perilaku Menabung Pekerja Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, I, No. 3(3)*, 600–608.
- Tinaprilla, M. S. B. S. N. (2016). Study of Society Interest in Saving: Case of Sharia Bank in Bogor. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 7(1), 652–655. <https://doi.org/10.21275/ART20176294>

Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>