

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Asdullah, Yazdifar (2016) Evaluation of Factor Influencing Youth towards Islamic Banking in Pakistan. *Research Output of The University Of Salford* : 10.21917/ijms/2016.0030
- Bawono, A., & Oktaviani, M. F. R. (2016). Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. *Jurnal Muqtasid*, 7, 29–53.
- BPS. (2010). *Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Agama yang Dianut*. <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=320&wid=0>. Diakses 20 September 2021.
- Cooper, Donald R., and P. S. S. (2006). *Metode Riset Bisnis* edited by Budijanto. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Dauly, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 1–5.
- Desiana, D., Susilowati, D., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas*, 11(1), 23–34.
- Diana, S. M. (2017). *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Bina Umat Sejahtera Kalijambe*.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*, 8thd, Orlando: The Dryden Press.
- Erik, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149.
- Fathurrahman, A., & Azizah, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, Vol.1, No(0274), 99–121.

- Fatwa, N., dan Burhanuddin, I. (2014). Analisis Beberapa Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Jasa Perbankan (Studi Pada PT. Bank Internasional Indonesia Tbk, Cabang Makassar). *Jurnal Administrasi Negara STIA LAN Makassar*, 20(1), 27-35
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen* (2nd ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*(9<sup>th</sup> ed). Semarang: Undip Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (IX). Semarang: Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., and D. C. P. (2009). *Basic Econometric* (N. Fox,Ed). 5th ed). New York: McGraw-Hill/Irwi.
- Hamid, A., & Masood, O. (2011). Selection criteria for Islamic home financing: a case study of Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 3(2), 117–130.
- Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Al-Muzara'ah*, 2(1), 75–94.
- Harahap, Sofyan Syafri. Drs. (2007). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (Edisi 7). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasibuan, H. L., Siregar, S., & Sugianto, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Pada BSI KC Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 329–334.
- Husaini, Udan Akbar, P. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Husein, Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Jasfar, F., & Kristaung, R. (2012). *Sinergi Kualitas Jasa Ritel dan Pemasaran Kerelasiaan terhadap Ritensi Pelanggan*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Johan, Suwinto. (2011). *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Kafameh, A. A., A. (2013). Decision-Making In Foreign Policy. *Journal of Law*, 10.
- Karim, A. A. (2018). *Ekonomi Mikro Islami*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kashmir. (2012). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2005). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Edisi 6). Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran (1st ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Management 15th Edition*. Prentice Hall: Saddle River.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba
- Layaman, L., & Nilamsari, P. (2018). Analisis Pengaruh Margin Dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 81. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.1694>
- LPS. (2020). *Pertumbuhan Simpanan & Jumlah Rekening pada Bank Umum Bulan Desember 2019*. [https://lps.go.id/web/guest/siaran-pers/%0A/journal\\_content/56/10157/1387413?p\\_p\\_auth=rOzyaXYw%0A](https://lps.go.id/web/guest/siaran-pers/%0A/journal_content/56/10157/1387413?p_p_auth=rOzyaXYw%0A)
- Ma'arif, S., & Trisnawati, R. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi Di Bank Syariah. *Electronic Theses and Dissertations UMS*.
- Mansour, I. H. F., & Diab, D. M. E. (2016). The relationship between celebrities' credibility and advertising effectiveness: The mediation role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 7(2), 148–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2013-0036>
- Masruroh, A. (2015). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga). *Skripsi, Salatiga*(Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Program Studi S1 Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga), 43–61.
- Meyers, L. S., Gamst, G. C., dan Guarino, A. J. (2013). *Performing Data Analysis Using IBM SPSS*. Canada: John Wiley and Son Inc.
- MiftaQurromah, Y., & Rafikasari, E. F. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat

- Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar. *Juornal of Economics and Policy Studies*, 2(2), 37–48. <https://doi.org/10.21274/jeps.v2i2.5322>
- Misbah, N. I. (2016). Analisis Pengaruh DPK, Marjin Keuntungan, NPF, ROA, dan SWBI Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat. *Universitas Pasundan*.
- Mokoagow, S. W., & Fuady, M. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada Bank Umum Syariah. *Journal of Accounting and Digital Finance STIEBANK Yogyakarta*, 6(1), 33–62.
- Muhammad. (2005). *Mikro Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan* (Edisi keem). Yogyakarta: Liberty.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nugraheni, P., & Widayani, F. N. (2021). A study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim students. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1446–1460. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>
- Nugroho, M., Isa, M., & Imronudin, I. (2019). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(2), 88–96. <https://doi.org/10.35829/econbank.v1i2.43>
- Nurismalastri, N. (2017). Analisis Pengaruh Makro Ekonomi terhadap Kredit Bermasalah Perbankan Indonesia. *Jurnal Sekuritas*, 1(2)
- Otoritas Jasa Keuangan (2016). Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). Statistik Perbankan Indonesia Desember 2020. In *Departemen Perizinan Dan Informasi Perbankan Otoritas Jasa Keuangan*. Menara Radius Prawiro. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Pamungkas, I. D. (2014). Pengaruh Religiusitas Dan Rasionalisasi Dalam Mencegah Dan Mendeteksi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(02), 48–59.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pujiyono, Arif. (2006). “Teori Konsumsi Islami.” *Dinamika Pembangunan*, 3(2): 196–207.
- Rahmatika, A. N., & Romadhani, N. P. (2021). Dual Banking System Paska Merger Di Indonesia. *DINAMIKA: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Keislaman*, 6(1), 77–90. <https://doi.org/10.32764/dinamika.v6i1.1416>
- Rohmadi, Nurbaiti, J. (2016). Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Di Kota Bengkulu. 4(3).
- Ruslan, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sakinah, G., & Mudakir, B. (2018). Analisis Literasi Keuangan Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2014 - 2017. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 54. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.2.54-70>
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar (2007). *Consumer Behavior* (7 th Edition (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Shabri, M. maisur, muhammad arfan. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh. *Magister Akuntansi, Vol. 4, No.2*, 8.
- Snyder, Richard C., H.W. Bruck, dan B. S. eds. (1962). *Foreign Policy Decision-Making: An Analytical perspective to the Study of International Politics*. New York: The Free Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartati, T., dan Fathtorozzi. (2003). *Teori Ekonomi Mikro DiLengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi*. Jakarta: PT. Salemba Empat Patria.
- Sukirno, S. (2009). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Supardi, S. (1993). "Populasi Dan Sampel Penelitian." *Unisia*, 13(17), 100–108. <https://doi.org/doi: 10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umairoh, Resti. (2017). Preferensi Nasabah Muslim Tidak Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga, UMY dan UII). 1–14.
- Umar, Husein, 2022, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Veterinawati, Desy. (2013). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian BlackBerry di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 746–759.
- Wirdayani, W. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Musyarakah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 1–18.
- Xing, Y. (2015). Analysis of Political Decision-Making and its Influencing Factors. *Journal Cross-Cultural Communication*, 11(3), 42–45.
- Yulianti, R., Sangen, M., & Rifani, A. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 130.
- Yunita, M. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. 31.