

## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah.
- Alamsyah, D. P. (2016). Kepercayaan Konsumen Pada Produk *Organik*.
- Al Arif, M Nur Rianto. (2019). Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung:Alfabeta
- Andespa, R. (2016). Strategi Industri Perbankan di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar untuk Menciptakan Pelayanan yang Memuaskan.
- Andespa, R. (2016). Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*.
- Andespa, R.(2017). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah
- Antonio, Muhammad Syafi'i.( 2018). Bank Syari'ah dari teori ke praktik. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, A., Nur, R., & Euis, A. (2019). Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional.
- Arikunto Suharsimi. (2018). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assal, A., A. Muhammad & F.A.A. arim. (2018). Sistem, Prinsip dan dan Tujuan Ekonomi Islam.

- Ascarya. (2019). Akad dan Produk Bank Syariah, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Asti Marlina dan Widhi Ariyi Bimo. (2018), Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank.
- Atalya Puspa,(2020), Bank Bertransformasi Menuju Digitalisasi, Media Indonesia.
- Aziz Setiawan, (2020), Sejumlah Bank Syariah Turunkan Target Profit, dalam Republika, teurunkan-target-profit, (diakses tanggal 10 januarii 2020)
- Azwar. (2020), Solusi Ekonomi Dan Keuangan Islam Di Masa Pandemi *Covid 19*, (diakses tanggal 1 Januari 2020).
- B. Yusuf ,(2012) ,*Adopting A Specific Innovation Type Versus Composition Of Different Innovaton Types: Case Study Of A Ghanaian Bank*, International.
- Burhan Bungin.,(2020), “Metode Penelitian Sosial Ekonomi: Format-Format *Kuantitatif Dan Kualitatif* Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran”,Kencana Perdana Media Grup : Jakarta. Badan Pusat Statistik (BPS), 2020,”Kecamatan Tamalate Dalam Angka Tahun 2020”, .
- Chaplin, J.P. (2018), Kamus Lengkap *Psikologi* Jakarta: Raja Grafindo Persada  
Departemen Agama RI, 2020, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung:Sima.Djamarah dan Syaiful Bahri *Psikologi Belajar* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chotimah, (2017). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta.
- Cahyani, A. F. (2017). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Bandung.

- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang x. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*.
- Damayanto, B., & Andriani, L. (2018). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Angsana Jaya.
- Ervani, E. (2019). Analisis Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan To Deposit Ratio, Dan Biaya Operasional Bank.
- Farid, M., & Aviyah, E. (2017). Religiusitas , Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Jurnal Psikologi Indoonesia*,
- Firnanda, F. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Promosi Kalangan Siswa Jurusan Perbankan Syariah Smk Muhammadiyah 4 Sragen Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (skripsi). IAIN Surakarta.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2017). *How To Design And Evaluate Research In Education*. New York: Mc Graw Hill.
- Fauzi Muchammad. (2019). "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas," *Jurnal Ekonomi Islam*. Semarang: IAIN Walisongo.
- Febianto Gatot. (2019). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Untuk Menabung (Studi Pada Badan KeSwadayaan Masyarakat Sari Asih Kelurahan. Padang sari Kota Semarang), UNDIP Manajemen Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C., & Djati, S. P. (2018). Pengaruh Personal Selling, Celebrity Endorser, Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi1 Global.

- Hamid, A., Sumarni, M., & Purwaliani, R. (2017). Peran Iklan Dalam Tatbiqatuh. Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Langsa.
- Hasan Abdullah al-Amin, (2017), *al-Mudharabah asy-Syar'iyah wa*
- Hermansyah. (2019). Hukum Perbankan Nasional Indonesia, KencanaJakarta: Gramedia.
- Hidayat, S. (2018). Rasio aset bank syariah terhadap bank umum masih jauh.
- Jaswadi, K. (2018). Pengaruh keyakinan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat muslim menabung *di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan* (undergraduate).
- Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado.
- Khoirulloh, K., Haryono, A. T., & Wulan, H. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin, Tembalang Semarang).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2020). Prinsip-Prinsip Pemasaran Terjemah: *Damos Sihombing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kller. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati. (2019). Jurnal Penelitian Analisis Pemakaian Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah di Televisi.
- Laksana, F. (2018). Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Lubis, Irsyad. (2018). Bank dan Lembaga Keuangan Lain.
- Lubis, Ibrahim. (2019). Ekonomi Islam Suatu Pengantar 1.
- Mahmudah, A. (2019). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan.
- Maisya, F. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi.
- Muhamad. (2019). Manajemen Dana Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Pers.
- Masyhuri, M. Zainuddin, 2017, "Metodologi Penelitian pendekatan praktis dan aplikatif", Bandung: PT Refika Adimata.
- Muchlis, M. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Bank (Bank Syariah dan Bank Konvensional).
- Mu'in, A. (2016). Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY yang Menabung di Bank Syariah.
- Nisak, A., Saryadi, & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syari'ah Semarang.
- Nitisemito, A. S. (2020). *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurma Sari, F., & Khoirul Anwar, M. (2018). Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah.
- Onditi, A. A., Oginda, M. N., Ochieng, I., & Oso, W. (2019). *Implications of Service Quality on Customer Loyalty in the Banking Sector. A Survey of Banks in Homabay County, Kenya. n Menabung (Studi Kasus KJKS Dana Barokah Muntilan*. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah.
- Pertiwi, D., & Ritonga, H. D. (2017). Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran. *Ekonomi dan Keuangan*.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis
- Pulungan, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (*Persero*), Tbk Cabang Syariah Medan.
- Rimsky K. (2018). *Sistem Moneter dan Perbankan di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahayu, S. S. P. (2017). Pengaruh Promotional Mix Syariah Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan (Studi Kasus Pada Tabungan Faedah PT Bank Bri Syariah). UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Rachman, fajrur. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Bank Umum Syari'ah Dan Bank Umum Konvensional. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2018). *Be Good Atitude* Dalam Berpenampilan Pada UMKM “ Mang Piat ” Kabupaten Bandung Barat.
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap.
- Roisah, R., & Iskandar, I. (2017). Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah pada pt bank tabungan negara kcp kopo.
- Roisah, R., & Riana, D. (2016). Telah hubungan citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati.
- Riyatno, Duwi. (2018). Mandiri Belajar SPSS.

- Saladin, D. (2017). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank.
- Saibantono, F., Triastity, R., & Susanti, R. (2018). Pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota untuk menabung.
- Sari, D. I. (2017). Strategi Promosi dan *Store Interior* Pada *Industri Ritel*.
- Sawant, R. P. (2018). *Impact of Advertising on Brand Awareness and Consumer Preference (With Special Reference to Men`S Wear)*.
- Soemitra Andri. (2019). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: Kencana. "Manajemen Pemasaran Perbankan Syaria`h."
- Sofyan Assauri, 2019, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Press
- Solihat, A., Hakim, L., & Setiawati, S. D. (2016). Strategi produk cilok sebagai makanan khas kota bandung.
- Stanton, W. J. (2019). Prinsip Pemasaran Terjemah: Yohanes Lamarto.
- Sudarsono Heri. 2019. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.
- Suryabrata, S. (2018). Psikologi Kepribadian. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. (2019). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukanto M, *Nafsiologi* , Jakarta, Integritas Press
- Sukmadinata. (2019). Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakary
- Sujanto, Agus. (2018). Pemahaman Psikolog. Jakarta: Bumi Aksara.
- Triana, N., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* Mahasiswa Fakultas Syaria`h Unisba terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syaria`h Kantor *Kas Unisba Influence The Level of Religiosity and Disposable Income Students of The Faculty of* pendapatan dispos.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Wahab, W. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.

- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru.
- Wardhana, A., & Iba, Z. (2018). Pengaruh Penjualan Personal Terhadap Pengetahuan Produk Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil SUV Premium Di Jawa Barat.
- Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. O. (2019). Pengaruh Personal *Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. Buletin Studi Ekonomi.*
- Yupitri, E., & Sari, R. L. (2017). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan.
- Zainab, Z. (2019). Pengaruh Citra Merek, Periklanan, Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Dan Pamulang Yang Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat.