

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*. Volume 11 Nomor 2. 191. Doi: 10.23917/jep.v11i2.324
- Aflili, A. H., Kalangi, J. dan Walangitan, O. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 5 Nomor 6. 1-11. Doi: <https://doi.org/10.35797/jab.v0.i0.%25p>
- Aisya, S., Riyadi, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*. Volume 2 Nomor 1. 16-23. Doi: 10.24256.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, Volume 8 Nomor 1.8-20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.116>
- Aisyah, R. A. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Business and Finance Journal*. Volume 2 Nomor 1. 29–43. Doi: <https://doi.org/10.33086/bfj.v2i1.464>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. (2nd Edition). New York: Open University Press
- Arifin, A., & Khotimah, H. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta. *Syariah Paper Accounting FEB-UMS*. 163–184. <http://hdl.handle.net/11617/4687>
- Ascarya. (2008). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN Salatiga Pers.
- Bawono, A., & Oktaviani, M. F. R. (2016). Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. Volume 7 Nomor 1. 29. Doi: <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.29-53>
- Caraka, R. E., & Sugiarto, S. (2017). Path analysis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi siswa. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*. Volume 5 Nomor 2. 212. <http://journal.uny.ac.id/index.p>
- Desiana, Susilowati, D., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota

- Tasikmalaya. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*. Volume 11 Nomor 1. 23-34. Doi: <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.8135>
- Ergun, U., Djedovic, I. (2010). Islamic Banking with a Closer Look at Bosnia and Herzegovina : Knowledge, Perceptions and Decisive Factors for Choosing Islamic Banking. *International Conference on Islamic Economics and Finance Islamic*. Volume 8. Halaman 1– 12.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Education Model Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dibank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu. *Margin Journal Of Islamic Banking*. Volume 1 Nomor 1. Doi: <https://doi.org/10.30631/v1i1.841>
- Hapsari, F. T., Beik, I. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Journal IPB: Al-Muzara'ah*. Volume 2 Nomor 1. Halaman 75–95. Doi: <https://doi.org/10.29244/jam.2.1.75-94>
- Hariansyah, F.A., Wardani, N.H. dan Herlambang, A.D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Volume 3 No. 5. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/5177/2444>
- Indriantoro, N., dan Supomo., B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (ed.1). Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Istiqomah. (2015). The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Products. *Global Review of Islamic Economics and Business*. Volume 3 Nomor 2. Doi: <https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-01>
- Kambuaya, C. (2015). Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afiriasi Pendidikan Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung. *Share : Social Work Journal*. Volume 5 Nomor 2. 157–166. Doi: <https://doi.org/10.24198/share.v5i2.13140>
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. (Jilid 1). Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi kedua belas

- Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3*. (Edisi 13). Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.
- Lestari. (2017). Pengeruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. volume 4 nomor 1. 1-13. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/13854>
- Mahyarni, M. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*. Volume 4 No 1. 13–23. Doi: <http://dx.doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Maisya, F. (2013). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Di Pt. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi. *Anzdoc*. <https://adoc.pub/pengaruh-periklanan-promosi-penjualan-dan-hubungan-masyaraka.html>
- Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Administrasi Akuntansi : Program Pascasarjana Unsyiah*. Volume 4. No. 2. <https://jurnal.usk.ac.id/JAA/article/view/4460>
- Nisak, A., Saryadi, S., & Suryoko, S. (2013). Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S*. Volume 4 Nomor 1. 44–50. <https://doi.org/10.14710/jiab.2013.1619>
- Noor, F., Sanrego., Djamaludin, Y. (2011), Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta). *TAZKIA Islamic Business and Finance Review*. Volume 6 Nomor 1. 65-79. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v6i1.52>
- Ortega, D., dan Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. Volume 5 Nomor 1. 87-98. Doi: [10.21043/equilibrium.v5i1.2468](https://doi.org/10.21043/equilibrium.v5i1.2468).
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*. Volume 10 Nomor 1. 177–187. Doi: <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Prasetyo. (2020). Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga). *E-repository Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Perbankan Syariah*.

<http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/id/eprint/9579>

Priyatno .(2010). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS. 84.13. Yogyakarta: Gava media.

Qomariah, N. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *JEAM*. Volume 10 Nomor 1. 30–42.

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1206>

Qurthuby, M. M. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. Volume 7, Halaman 17. Doi: <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4682>

Rahmayanti. (2018). Relevansi Promosi terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*. Volume 3 Nomor 1. 72–86. doi: <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v3i1.214>

Rahayu, S., & Rahmawati, T. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kebutuhan Informasi Caregivers Keluarga (K-KICK). *Dinamika Kesehatan Jurnal Kebidanan Dan Keperawatan*. Volume 10 Nomor 2. 838–846. Doi: <https://doi.org/10.33859/dksm.v10i2.513>

Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Jurnal UGM Buletin Psikologi*, Volume 19 Nomor 2, 55-69. doi: 10.22146/bpsi.11557.

Reni, D., & Nurmaolidah, S. (2015). Factors Affecting Islamic Village Resident in PT BPRS BERKAH RAMADHAN Saving Tangerang , Banten Indonesia. *Journal Of Islamic Banking And Finance*. Volume 3 Nomor 2.67–74. Doi: 10.15640/jibf

Rivai dan Arifin. (2010). Islamic Banking. Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi (Edisi 1). Jakarta. PT Bumi Aksara. halaman 170-171.

Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru. *Journal of Islamic, Economics Business and Finance*. Volume 7. Nomor 2. 38-45. Doi: <https://doi.org/10.47903/ji.v7i2>

Selvanathan, M., Nadarajan, D., Farzana, A., Zamri, M., & Suppramaniam, S. (2018). An Exploratory Study on Customers' Selection in Choosing Islamic Banking. *International Bussiness Research*. Volume 11 Nomor 5. 42–49. Doi: 10.5539/ibr.v11n5p42

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan*. (118). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (81). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Edisi Cet 1). Bandung: Alfabeta.
- Susanti (2008). Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*. Doi: 10.31227/osf.io/bf7cr
- Syahriyal. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung pada Perbankan Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* Volume. 4 Nomor 1.139-156. Doi : <https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10930>
- Utamy, O., dan Widhiastuti R. (2020). The Effect of Sharia Bank Knowledge, Promotion, and Facilities on Savings Decisions at Sharia Banks with Savings Interest as Mediation Variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*. Vol. 1, no. 1. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>.
- Viranti, A., & Ginanjar A. (2015). Influence Of Facilities, Promotion, Product And Location Islamic Banking On Decision Non Muslim Customers Patronizing At BRIS Case Study In BRI Syariah, *Tauhidinomics: Journal Of Islamic Banking And Economics*, Volume 1 Nomor 1. Halaman 35-60. Doi: <https://doi.org/10.15408/thd.v1i1.3323>
- Wahyuni, S. (2012). International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management Moslem Community Behavior in The Conduct of Islamic Bank : The Moderation Role of Knowledge and Pricing. *Elsevier: Sciverse ScienceDirect Procedia*. Volume 57. 290–298. Doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.1188
- Wahyuni, S, Sakur, & Arifin (2013). Knowledge as An Antecedent Variable of Intention to Use Islamic Banking Product. *ASEAN / Asian Academic Society International Conference (AASIC) Proceeding Series*. Halaman 28-31. Doi: [https:// oai:ajs.aasic.org:article/9](https://oai:ajs.aasic.org:article/9)
- Wandira. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan. <http://repository.radenintan.ac.id/4321>
- Widianto, T., Supriyono. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel *Intervening*. *PROBANK : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*.

Volume 3 Nomor 2. Doi : <https://doi.org/10.36587/probank.v3i2.379>

- Yulizar, A., and Prihatini, E. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. vol. 6. no. 2. pp. 88-97. <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.16185>
- Yulianti, R. (2016). Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, Volume 2 Nomor 1. 14–28. Doi: <https://doi.org/10.24815/jdab.v2i1.3599>
- Yupitri, E., & Sari, R. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*. Volume 1 Nomor 1. 1-15.

