

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abi Isa Muhammad bin Isa bin Sauran. (2005). *Sunan al Tirmidzi 2*. Beirut: Dar al Fikr.
- Ahmad bin Muhammad Al Qasthalani. (2014) *Syarah Shahih Bukhari*. Solo: Katalog Dalam Terbitan
- Al-Albani Muhammad Nashiruddin. (2006). *Shahih Sunan Abu Daud*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Al Imam Asy-Syaukani. (2012). *Ringkasan Nailul Authar*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Anwar, Moh. (1979). *Fiqh Islam: mu'amalah, munakahat, faro'id dan jinayah*. Bandung: PT. Al-Ma'arif.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (2 ed.)*. Surabaya: Prenadamedia Group.
- Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Statistika 1 (Statistika Deskriptif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hidayatullah, M. S. (2017). *Perbankan Syariah: Pengenalan Fundamental dan Pengembangan Kontemporer*. Banjarbaru: CV Dreamedia.
- Kotler, P. & Amstrong. (2005). *Dasar-dasar pemasaran jilid 2*. Jakarta: Purnhallindo.

- Marimin. (2005). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Muhammad bin Isma'il al-Bukhari. (1981). *Shahih al-Bukhari*.JuzIII. Beirut: Daar al-Fikr
- Muhammad bin Yazid Al-Qazwini. (2013). *Sunan Ibnu Majah*. Jakarta: Almahira.
- Muhammad Fu'ad Abdul Baqi. (2013). *Hadits Shahih Bukhari Muslim*. Kairo: Dar Al Hadits
- Muhammad ibn Yazid Abu 'Abd Allah Al- Qazwiniyy. *Sunan Ibn Majah*. Beirut Dar al-Fikr,t.th. juz 2.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nashori, H. F., & Mucharam, R. D. (2002). *Mengembangkan kreatifitas dalam perspektif psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- OJK. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas Jilid 1*. Jakarta:Erlangga
- Ristiyanti, P., & Ihalauw, J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andy.
- Rohmaniah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga).
- Santoso, I., & Adawiyah, S. E. (2019). Branding Islam dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal Of Business anda Entrepreneurship*, 2(1).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sitoyo, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian (1 ed.)*. Yogyakarta: Literasi Media Publising.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andioffset.
- Sudaryono. (2018). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method (2 ed.)*. Depok: Rajawali Pers.

- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa:Merencanakan, Mengelola Dan Membedik Pasar Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Winarno. (2011). *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press.

**Jurnal :**

- BPS Kota Banjarmasin. (2021). *Kota Banjarmasin Dalam Angka 2021*. Cetakan Karya Bintang Musim (KBM).
- Dahliani, Y., Istifadah, Suryaningsih, I.B., & Wilandari, D. (2021) The Influence Of Customer Intimacy On Religious Based Brand Trust, Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Islamic Banks. *PJAE*, 18(7).
- Fianto, A.Y.A., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2).
- Junaidi, Nurbaitu, & Rohmadi. (2016). Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional Di Kota Bengkulu. *Manhaj*, 4(3).

- Maharani, N. K., & Ani, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.* , 3(1).
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W.F. (2019). The Factors Of Service, Religiosity And Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education, and Social Sciences*, 1(2).
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Rahmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Liquidity*, 8(2).
- Santoso, I., & Adawiyah, S. E. (2019). Branding Islam dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal Of Business anda Entrepreneurship*, 2(1).
- Siregar, B. G. (2018). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1).
- Soma, A.M., Primiana, I., Wiryono, S.K., & Febrian, E. (2017). Religiosity And Islamic Banking Product Decision: Survey On Employees Of PT Telekomunikasi Indonesia. *Etikonomi*, 16(1).
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product). *Jurnal Manajemen*, XXI(2).
- Sunaryo, Wahyoedi, S., Sudiro, A., & Sudjatno (2020). The Effect of Religiosity on the Improvement of Customer Loyalty Towards Islamic Banks. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(4).

- Suri, A., & Asmara, O. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).
- Utami, W., Sangen, M., & Rachman, M. R. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(1).

### **Skripsi**

- Isnaeni, P. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Moder (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Durrotu Ahlisunnah Waljama'ah Banaran Kota Semarang).
- Octa, A. K. (2018). Pengaruh Produk Knowledge, Presepsi, Preferensi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Salatiga).
- Parida, R. (2018). Pengaruh Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FAI UMSU).
- Rohmaniah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga).
- Ullin, R. F. (2020). Pengaruh Promosi, Brand Image, dan Pemahaman Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Masyarakat Boyolali).

**Internet**

- Audriene, D. (2021, Januari 4). *Penduduk Muslim Terbesar, Tapi Pasar Bank Syariah Masih Mini*. Dipetik Maret 10, 2021, dari <https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20210103141128-78-588916/penduduk-muslim-terbesar-tapi-pasar-bank-syariah-masih-mini>
- KBBI. (2021). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Diambil Dari Arti Kata *Nasabah-Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Dipetik Maret 10, 2021, dari <https://kbbi.web.id/nasabah>
- KBBI. (2021). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Diambil dari Arti kata *pengetahuan-Kamus Bahasa Indonesia*. Dipetik Maret 10, 2021, dari <http://kbbi.web.id/ilmu>
- Putra, D. (2021, Januari 25). *Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Di 2021*. Dipetik Maret 10, 2021, dari [Infobanknews.com: https://infobanknews.com/topnews/peluang-dan-tantangan-perbankan-syariah-di-2021/](https://infobanknews.com/topnews/peluang-dan-tantangan-perbankan-syariah-di-2021/)