

DAFTAR PUSTAKA

- Alwiyah, Y. (2021). Pengaruh pengetahuan mahasiswa, lokasi, dan fasilitas terhadap minat menabung di bank syariah.
- Apriyanti, S. N. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Reputasi, dan Lokasi Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah*.
- Ardhiyanti, E. (2016). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi*.
- Arifin, M., & Nasution, B. (2015). The Dynamics Study of Regulations on Syariah Banking Indonesia. *Jurnal Internasional Humaniora dan Ilmu Sosial*, 239.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, T. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Cahyani, A. F. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*.

- Damayanti, S. (2016). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah untuk Manabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Darajat, Z. (2011). *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Emmywati. (2016). Pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada galeri seni dan pusat meditation ponorogo jawa timur. *Jurnal penelitian ilmu manajemen*.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Gunawan's. (2010,30). Retrieved 09 03, 2021, from <https://grelovejogja.wordpress.com>:
<https://grelovejogja.wordpress.com/2010/03/30/investasi-bank-syariah-di-kalangan-mahasiswa/>
- Halidah. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah*.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya*. Jakarta: Gralia Indonesia.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hutomo, R., & Chanafi, I. (2016). Pengaruh Produk Bank Syari'ah terhadap Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*.
- Indarti, N. (2014). *Manajemen Pengetahuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). *An Introduction to Islamic Finance Theory and Practice Second Edition*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.

- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Media.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Indonesia.
- Kasmir. (2016). *Dasar- Dasar Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Khairani, M. (2013). *Psikolog Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Khusna, U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Promosi, Fasilitas, Disposable Income, dan Pelayanan Perbankan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Margono, S. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Mawaddah. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Di Bank Syariah KCP Kayu Tangi Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah*.
- Miskhin, F. S. (2008). *Ekonomi Uang, Perbankan dan Pasar Keuangan*. Jakarta: Selemba Empat.
- Muchson. (2017). *Statistik Deskriptif*. Bogor: Guepedia.
- Nilasari, R. W. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah.

- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2008, 6 16). Retrieved 3 27, 2021, from <https://www.ojk.go.id>: <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>
- Prawira, E. (2017). Pengaruh Promosi dan Pemahaman Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah yang Dimediasi dengan Religiusitas Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Islam*
- Pulungan, A. (2009). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Syariah Medan. *Journal of Bussines and Banking*.
- Rahayu, S., Ayuningtyas, R. D., & Maskudi. (2020). Analysis of factors affecting interests of student for saving on sharia financial institution; case study of Raudlatut Thalibin Leteh Rembang boarding school. *Asian Journal of Islamic Management(AJIM)*.
- Rangkuti, F. (2005). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communicatiion*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reza, A. A. (2017). Pengaruh fasilitas dan Pelayanan Bank terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Rozikin, A. Z., & Sholekhah, I. (2020). Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank. *Iqtishadia*.
- Sakti, A. (2006). *Sitem Ekonomi Islam: Jawaban atas Kekacauan Ekonomi Modern*. Jakarta: Mimeo.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukron. (2012). Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank BRI Syariah.
- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suprihati, & Pradanawati, S. L. (2020). The Influence of Knowledge, Investment Motivation and Investment Understanding on Student Interest to Invest in the Capital Market. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*
- Swasatha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran (Ed. ke 2)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Umar, H. (2004). *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utamy, O. D. (2019). Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening.
- Wandira, A. (2018). Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah.
- Yusup, F. (2018). Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*.
- Zuhairi. (2016). *Pedoman penulisan karya ilmiah*. Jakarta: Rajawali Pers.