

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Annisa, Nanda Intan. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Produk Perbankan, dan pelayanan, Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah*. UI Indonesia Yogyakarta.
- Asia, Nur. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank syariah*. IAIN Palopo.
- Assauri, Sofjan (2013). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basuni, Akhmad. (2021). *Psikopedagogik Islam Dimensi Baru Teori Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Darma, N. (2019). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. GUEPEDIA.
- Diana. (2018). *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang*. UIN Radeh Falah Palembang.
- Dilla, Mirna. (2019). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Firdaus.(2021). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*.DOTPLUS Publisher.
- Herliansyah, Yudhi, dkk. (2020). *The Determinants of Micro, Small and Medium Enterprencer (MSME) Become Customer of Islamic Bank (Religion, Religiosity and Location of Islamic Bank)*. Universitas Mercu Buana, Indonesia.
- Hermawan, Sigit, & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

- Isitiqomah. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pembayaran Online UKT Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (Studi pada mahasiswa FEBI & Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Karim, Adiwarman A. *Islamic Banking Consumer Behaviour in Indonesia: A Qualitative Approach*.
- Kholiviana. Nesya. (2022). *Pengaruh Budaya, Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus di Desa Seureuke Kec. Langkahan Kab. Aceh Utara)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Kurniawan, Muhammad. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jawa Barat: Adab CV. Adanu Abitama.
- Martono, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*(Revisi 2). Raja Grafindo Persada
- Mohamma, Sultan Antus Nasruddin., & Agilga, Olla Triana. (2022). *Analisis Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan Pendekatan Masalah Mursalah. Tasyr'i Journal of Islamic Law*, Vol. 1 No. 2, 329.
- Nalukwago, Lailah. . (2017). *Religiosity and Islamic Banking in Uganda*. Makerre Busines Jounal. Vol. 13, Issue I 2017 pp. 70-93.
- Niswah Muti'ah. (2015). *Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurdin, Sabri.,& Suyudi, Muhammad. (2019). *Pengaruh Intellectual Capital dan Islamicity Performance Index Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (JAMDI)*. Vol. 2, No. 2, 122.
- Nurhayati, N. D. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Risiko dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi kasus Nasabah Bank BRI Syariah kantor Cabang Madiun)*[Diploma, IAIN PONOROGI].
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran I: Analisis, Perencanaan Iplementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallind.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*.CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.

- Rachmat, Zul, dkk. (2022). *Administrasi Bisnis*. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Ramadhani, A. S. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Perfektif Islam Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Penguatan Community Developmen*. UIN Alauddin Makassar.
- Riaz, Umair, dkk. (2022). *Emotional Propensities and the countemporary Islamic banking industri*. Jounal homepage.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish
- Robert, Thoules H. (1992). *Pengantar Psikologi Agama*, ter. Machun Husein, Jakarta: Rajawali.
- Saptasari, Kunti,. & Hendy Musiko Aji. (2020). *Factors affecting Muslim non customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality*. Department of Management, Faculty of Business and Ekonomic, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Indonesia.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, Sandu & M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suganda, Lilis (2018). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiuisitas Nasabah, dan Reputasi Bank Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung*: Jurnal Ekonomi
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umam, Khotibul. (2016). *Perbankan Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Yulianti, Rina. (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Hak Masyarakat Atas Sumber Daya Pesisir*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Yusa, Viola De. (2015). *Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blacberry di Bandar Lampung*. *Derivatif*. Vol. 9 No. 2, 99.

Zuhirsyan, Muhammad. & Nurlinda. (2018). *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*. *Al-Amwal*. Vol. 10 No.