

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Abdul Rouf. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat cabang Semarang*. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi
- Antonio, S. (1999). *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Djalli. (2009). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Djamaluddin Ancok, F. N. S. (2011). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar statistika inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hippy, M. Z. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Muamalat cabang Gorontalo. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Kasmir, S. M. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maisur, A. &. (2015). Pengaruh prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada bank syariah di banda aceh. *pascasarjana universitas syiah kuala*.
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Munthe, S. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah di bank muamalat cabang balai kota*.
- Nana, Syaodih. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ngalim, Purwanto. (2011). *Ilmu Pendidikan Teoretis dan Praktis*. Jakarta.

Rosdakarya

- Oemar, Hamalik.(2001). *Proses Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algesindo
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar teori mikro*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rouf, A. (2011). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di rumah zakat cabang Semarang . *Skripsi*.
- Sadono Sukirno. 1999. *Pengantar Teori Makroekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sarjono, Haryadi. Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL. Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sanusi, A. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman Rosyidi. (2011). *Pengantar Teori Mikro*. Jakarta: Rajawali Press
- Sulistyo, M. A. (2016). *Pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah*.
- Sumanto. (2014). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: Center of akademik publishing service.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset

## **B. JURNAL**

- Ali Muhson. (2012). Materi Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. diakses melalui <https://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Modul+Pelatihan+SPSS+2012.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kapuas. (2022). Diakses melalui <https://kapuaskab.beta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzkyIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut.html>

Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan diakses melalui <http://bpkp.go.id>

Natha, D. K.C,& Dewi,N.T.M (2021) *AMERICAN JOURNAL OFF HUMATIES AND SOCIAL SCIENCE RESEARCH* 173-178

Peter, J. P & Olson, J.C. 2003. *Consumer Behavior and Marketing Strategy (4<sup>th</sup> end)*. The Mc. Graw-Hill: Companies, Inc

Morgan,R and Hunt,S. (1994). The commitment-trust theory of relationship Marketing. *Journal of marketing*, Vol 58 No.3

Morgan, R.M dan S.D. Hunt. (2018). The Comminment Trust Theory of Relationship Marketing *Journal Of Marekting* Vol.58 No.3

Campbell R., M., Stanley L., B., & Sean M., F. (2009). *Economic: Principles, Problems, and Policies*, Douglas Reiner.