

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, N. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kotabaru Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional* [Skripsi]. UIN Antasari Banjarmasin.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajarafindo Persada.
- Astriawati, N. (2016). Penerapan Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Menentukan Pengaruh Pelayanan Pendidikan Terhadap Efektifitas Belajar Taruna Di Akademi Maritim Yogyakarta. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 14(23), 22–37.
- Bachri, N. (2021). *Kredibilitas Bank Syariah & Perilaku Nasabah*. Aceh Utara: CV. Sefa Bumi Persada.
- Dayyan, M., Riza, M., & Ridwan, A. (2017). Analisis Pemahaman Masyarakat Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus di Gampong Jawa). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 1(1), 1–6.
- Depita Nasution. (2021). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah* [Skripsi]. IAIN Padangsidempuan.
- Dina, A. (2023). *Pengaruh Lokasi, Sosial, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan UIN Antasari Banjarmasin Menabung di Bank Konvensional* [Skripsi]. UIN Antasari Banjarmasin.
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePaylater. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 20–30.
- Hakim, F. W. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019)* [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Harahap, N. R. A., & Hasanah, U. (2023). Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kec. Air Joman). *Ekonomi Bisnis Manajemen da Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1384–1400.
- Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 1–24.
- Indiani, N. L. P., Yasa, I. P. N. S., & Sitiari, N. W. (2016). Peran Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *JAGADITHA : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 85–95.
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1–17.
- Indriantoro, N., & Bambang, S. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kartika, F. V. (2024). Pengetahuan dan Religiusitas pada Keputusan Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Kudus. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 2(2), 179–190.
- Kasmir. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Perbankan: Edisi Revisi 2014*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khair, A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Kelurahan Kebun Bunga Kecamatan Banjarmasin Timur Tidak Mau Menabung di Bank Syariah* [Skripsi]. UIN Antasari Banjarmasin.
- Labetubun, M. A. H., & et al. (2021). *Lembaga Keuangan Bank & Non Bank*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

- Ma'arif, S. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional Dan Emosional Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Desa Tinggiran Tengah Kecamatan Mekarsari* [Skripsi]. UIN Antasari Banjarmasin.
- Mansori, S., Safari, M., & Ismail, Z. M. M. (2020). An Analyssis Of The Religious, Social Factors And Income's Influence On The Decision Making In Islamic Microfinance Schemes. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(2), 361–376.
- Masriyah, S. (2024). *Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru' Pada KSPSS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Muharromah, S., Huda, N., Muslikh, & Rini, N. (t.t.). Factors That Influence Public Interest In Choosing Islamic Bank Financing Products. *Journal Of Islamic Accounting And Business Research*, 17(1), 53–66.
- Nasution, D. (2021). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah* [Skripsi]. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
- Nindya, F. N. (2020). *Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Studi Pada Pengguna Smartpone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Pratiwi, A. N. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah* [Skripsi]. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Purwanto. (2021). Society Attitudes And Intentions To Use Product In Sharia Bank Of Aceh: The Role Of Religiosity And Social Influence. *ABAC Journal*, 41(2), 223–242.
- Rifa'i, M. (2013). *Hadis- Hadis Tentang Sistem Perbankan Syariah (Suatu Tinjauan Kritik Sanad dan Matan)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sartika, A. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah [Skripsi]*. Universitas Sumatera Utara.
- Sholihah, I. (2015). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Educatio*, 10(1), 69–83.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Siregar, D., Daulay, A. H., & Siregar, S. (2021). Increasing Customer's Saving Interest Thourgh Religiusity Product Perception And Knowladge. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(1), 918–925.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Kedua)*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru Press.
- Susila, J. (2017). Fiduciary dalam Produk- Produk Perbankan Syariah. *Al-Ahkam: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, 2(2).
- Wahyuni, S. (2012). Moslem Community Behavior in The Conduct of Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57(1), 290–298.

Yasin, T. H. M., & et al. (2013). *Membumikan Ajaran Islam*. Banda Aceh: Ushuluddin Publishing.

Yulaifah, A. (2012). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)* [Skripsi]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Zakiah, S. N. (2018). *Minat Pengepul Karet Kabupaten Balangan Dalam Memilih Pinjaman Pada Bank Konvensional Atau Bank Syariah* [Skripsi]. UIN Antasari Banjarmasin.