

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Ekasave pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. 11(1), 9.
- Antonio, M. syafi'i. (2001). Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek. Gema Insani.
- Arslan, M., & Phil, M. (2014). *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan*. 9.
- Ascarya. (2008). Akad & Produk Bank Syariah. PT RajaGrafindo Persada.
- Bachmid, S., Musyawarah, I., Hidayah, N. R., & Pratamasyari, D. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 70–86. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.23.70-86>
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 8(1), 135–154. <https://doi.org/10.21274/epis.2013.8.1.135-154>
- Brannen, J. (1994). *Mixing methods: Qualitative and Quantitative research*. Avebury.
- Darda, A., & Abdullah, B. (t.t.). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Bersekolah di SMAM Wanaraja. 16.
- Fahim, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas di Unit Penggadaian Syariah Suci Gresik. 17.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. 11.
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Emas.
- Hayduk, L. A., & Littvay, L. (2012). *Should researchers use single indicators, best indicators, or multiple indicators in structural equation models? BMC Medical Research Methodology*, 12(1), 159. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-12-159>

- Heykal, M. (2014). Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia: Studi Pendahuluan. *Binus Business Review*, 5(2), 519. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i2.1010>
- Ismail. (2010). *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Kencana.
- Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, S. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Mengguakan Produk Unggulan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. 10.
- kasim, A. (1995). *Teori Pembuatan Keputusan*. Jakarta Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- latifa, M. A., & Mervyn, K. L. (2001). *Perbankan Syariah*. PT Serambi Ilmu Semesta.
- Lestari, G. A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata. 7, 13.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Rajagrafindo Persada.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Nuryadin, H. M. B. (t.t.). *Harga Dalam Perspektif Islam*. 16.
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(9), 622. <https://doi.org/10.20473/vol1iss20149pp622-635>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach) (Pertama)*. CV Budi Utama.
- Saparso, Soegeng Wahyoedi, & Santoso. (2021). *The Role Of Brand Image In Mediating Service Quality And Promotion Towards Decisions To Buy Car On Credit In The Covid-19 Period (Study Case At Pt Maybank Indonesia*

- Finance Dki Jakarta And Tangerang Branch). International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1907–1917. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.353>
- Satria, M. R. (2018). Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (KPR) Pada Bank Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 105–118. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.2880>
- Suhendro, D. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Data Permohonan Gadai Emas pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Kota Perdagangan Kabupaten Simalungun Ega Khairunnisa Lubis1, Dedi Suhendro2 1AMIK Tunas Bangsa Pematangsiantar. 8(4), 13.
- Syahrial, M. (2021). Kualitas Pelayanan Dalam Islam (Perspektif Al-Quran dan Hadist). 2(2), 6.
- Syahrudin dan Salim. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif. Citapustaka Media.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri kcp. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.32678/ijei.v8i1.64>
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. 1, 10.
- Tecoalu, M., Tj, H. W., & Ferdian, F. (2021). *Effect of price perception and brand awareness on service quality mediated by purchasing decisions: (Study Case on PT. Maybank Indonesia Finance Credit Products). Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(4), 183–195. <https://doi.org/10.51715/husocpument.v1i4.127>
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i2.277-297>
- Wahab, A. (2019). Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan atau Gadai syariah. 26.
- Wijaya, E., & Ariyani, P. M. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 283–296. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.263>