

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhifni, A, Reni.(2019). *Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Vol. 5 No. 1, Juni 2019
- Al-Sharif dkk.(2017). *The Effect Of Promotion Strategy In The Jordanian Islamic Banks On A Number Of Customers* . International Journal of Economics and Finance; Vol. 9, No. 2.
- Amstrong Gari & Kotler Philip.(2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Arif Al Rianto Nur, M.(2010). *Dasar-Dasar Manajemen Perbankan*. Bandung: Alfabeta
- Arifin,Zainal.(2009). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang: Pustaka Alvabet
- Asiah, Nur.(2019). *Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah*
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi : Format-format Kuantitatif Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasarana*. Jakarta: Kencana.
- E, Hurlock.(2000). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga
- Fatmiati hulul, Anwalina.(2019). *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Kecamatan Wara Utara Kota Palopo*
- Firmansyah M,Anang & Andrianto.(2019). *Manajemen Bank Syariah*. Surabaya: Qiara Media
- Firmansyah M.Anang.(2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Penertbit Qiara Media
- Fitriah,Maria.(2018). *Komunikasi Pemasaran (Desain Visual)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA
- Hasan, I.(2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi\\_syariah](https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_syariah). di akses 22 April 2022
- <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unim.ac.id/2569/3BAB%252011.pdf&ved=2ahUKEwidgY7c6L7zAhXCT30KHfKtCdwQFnoECEMQAQ&usg=AOvVaw3oC0m0m0ZYTtYgHttXRI7Ns8>. di akses 6 Oktober 2021

- Ikit.(2015). *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA
- Indi, Irnawati.(2019). *Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah*
- Irdayanti.(2019). *Pengaruh Pengatahuan Dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Masyarakat Desa Ladongi Kec. Malangke, Kab Luwu Utara)*
- Ismail.(2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Jr, Lamb W, Charles.(2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Kamariah.(2020). *Pengaruh Harga, Kualitas, Promosi Dan Citra Merek Produk Smartphone Samsung Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Kota Banjarmasin (Kec. Banjarmasin Timur Kel. Kebun Bunga)*
- Kasmir.(2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir.(2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Martono Nanang. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Mukhid Abdullah. (2015). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Murniati, Wahyuning. (2020). *Knowledge As The Intervening Variabel On Religiosity Value Of Accountant Students Saving Interest For Islamic Banking*: International Journal of Accounting and Management Research, Volume 1, Number 2,
- Nuryanti, Sesiyana, Permana,Angrian & Puspa,Rani.(2017). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten)*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Vol. 3 No. 2, Juli 2017
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W.F. (2019). The Factors Of Service, Religiosity And Knowledge In The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education, and Social Sciences*, 1(2).
- Permatsari, Verawati.(2021). *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Di Kota Palopo*
- Prasetyo Yoyok.(2018). *Ekonomi Syariah*. Jakarta: Aria Mandiri

- Rachmawati, A. (2020). *Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). *Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. Jurnal Liquidity*, 8(2).
- Ridwan & Sunarto.(2009). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Ronny, K.(2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Buana Printing
- Saptasari, Kunti. (2020). *Factors Affecting Muslim Non-Customers To Use Islamic Bank: Religiosity, Knowledge, And Perceived Quality*. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, Vol. 6 No. 2,
- Sari, Retno Ayu.(2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)*
- Shinta, Agustina.(2011).*Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Siregar Syofian. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sitorus Fitriana Onny & Utami Novelia.(2017).*Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta
- Sitoyo Sandu & Sodik Ali.(2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofyan, Assauri.(2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Subketi, Tabah. (2017). *Penulisan Ilmiah Berbasis Nasionalisme*. Jawa Tengah : Lakeisha.
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.(2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Cet 23
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. & Endrayanto. P. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sujarweni, V.W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sunyoto, Danang.(2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gaya Media.

Umar, Nasruddin & Djamil, Fathurrahman.(2014). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Pranada media

Winarto. (2011). *Metode Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press