

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi.
- Bisri, Muhammad. (2013). *Statistik*. Penerbit: ISB.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press
- Ghozali ,I. 2006. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square Edisi 1*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hidayatullah, M. S. (2017). *Perbankan Syariah Pengenalan Fundamental dan Pengembangan Kontemporer (Cetakan I)*. Cv Dreamedia.
- Nazir, Habib dan Hasanuddin.2004. *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah*”.Editor Ahli, Afif Muhammad, Bandung: Kaki Langit.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian kuantitatif,kualitatif,Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian kuantitatif,kualitatif,Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Syafril.2020. *Bank & Lembaga Keuangan Modern Lainnya*.Jakarta : Kencana.
- Veithzal Rivai.2009.*Human Capital edisi I*.Jakarta : Rajawali Persada.

Jurnal :

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). *Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*. Proceeding PESAT, 46(3), 27–29. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/5229465>
- Aisya, S., & Riyadi, Y. A. 2020. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*. Al-Kharaj: Journal of Islamic

Economic and Business, 2(1), 16–33.
<https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>

Artanti, Y. dan A. B. I. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri*. Jurnal Ilmu Manajemen, 2(4).

Asy'ari, Abul Hasan. 2021 *Pengaruh Persepsi, Motivasi, Dan Pengetahuan Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah Di Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis jilid 2 No 2

Azima, M. F. dan L. F. (2016). *Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah*. Jurnal Online Mahasiswa FISIP Riau, 3(2), 1–10.

Azzahra, Musthafiyah. *Pengaruh pengetahuan dan disposable income terhadap preferensi menabung dibank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi (studi kasus nahasiswa fak. Ekonomi dan bisnis Islam) 2016*.

BPS Kota Banjarmasin. 2022. *Kota Banjarmasin Dalam Angka 2022*. Cetakan Karya Bintang Musim(KBM)

Damayanti, S. (2016). *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X*. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, 9(1), 17–33.
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>

Darmawan, Ahmad, Dkk.2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah*. Jurnal Fokus Bisnis, Vol 18 No 01

Hasibuan. F. U., & Wahyuni, R. 2020. *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(01), 22-33.

Hasanah, Fahilatul.(2019) *Pengaruh tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Baank Syariah*,Vol 4 No 1.

Inayah, Nurul dan Sri Sudiarti. 2017 *Analisi keputusan nasabah menabung di bank syariah (study kasus di PT BPRS PuduartaI Insani)*. At tawassuf, Vol.2 No.1

Isoraite, Margarita. 2018. *Brand Image Theoretical Aspect*. Integrated Journal of Business and Economics

- Lujja, S., Omar Mohammad, M., & Hassan, R. (2016). *Modelling public behavioral intention to adopt Islamic banking in Uganda: The theory of reasoned action*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(4), 583–600. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-08-2015-0092>
- Mardiana,Eva, Husni Thamrin dan Putri Nuraini. 2021. Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kota Pekanbaru. Jurnal Tabarru Vol 4 No 2
- Nurbaiti, Supaino dan Diena fadhilah .2020. *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren di Bank Syariah*. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, Vol 1 No 2
- Nuraini, A. (2014). *Pengaruh Citra , Pelayanan , Aksesoris Jasa , Keragaman Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, IX(1), 67–82.
- OJK. (2021). *Snapshot Perbankan Syariah September 2021*. *Www.Ojk.Go.Id*, 6.
- Rosyidah, Muhammad Nizar, dan Khoirul Huda.2019. *Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Malang Kepanjen)*. *Jurnal Ekonomi Islam* Vol 10 No 2
- Rokhani,S. dan Ahmad Nurkhin.2021. *Pengaruh Pengetahuan Dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. *Businnes and Accounting Education journal*
- Said,Abu. 2016. *Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di BMT Se-Kabupaten Demak*. *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 4 No 2
- Setyawan, Nurlina.2016.*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Mobile Berbasis Informasi.Studi Kasus Aplikasi Abc Pada Pt. Xyz.Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Subagiyo, Rohmat. *Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan di BMT Sahara Tulung Agung*. *Malia*, volume 8, nomor 1 desember 2016.
- Syamsuir. “ *Lembaga Keuangan Islam Non Bank.*” *Jurnal islamika*, vol 15 No 1 2015
- Utami, Sangen & Racman. 2015. *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah(Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin*. *Jurnal Wawasan Manajemen*. Vol 3 No 1

- Viranti,F.A dan Adhitya Ginanjar. 2015. *Influence of Facilities, Promottion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS (Case study in BRI Syariah)*. The Journal of Tauhidinomics vol 1 No 1
- Vristiyana, Visca Mirza. 2019. *Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal*. Ekobis: Volume 20 Nomor 1.
- Widiawati H.S. 2020. *Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 5 No 1.

Skripsi :

- Alfiatul Rohmania. 2019. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)*. Skripsi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Arsalla Kurnia Octa. 2018. *Pengaruh Product Knowledge, Persepsi, Preferensi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Atik Masruroh. 2015. *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga)*. Skripsi : Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Program Studi S1 Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga.
- Novi Oktaviani.2018. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*.Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Rizal Prasasti.2020. *Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun angkatan 2017)*.skripsi, semarang : jurusan pendidikan ekonomi fakultas ekonomi universitas negeri semarang.