

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2014). *bank dan lembaga keuangan syariah*. jakartara: rajawali press.
- Achmadi, C. N. (2007). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara .
- Agustina, S. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press.
- Ali, M. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat umkm mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan bank syariah. *fakultas ekonomi*.
- Ali, Z. (2008). *Hukum perbankan syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- antonio, m. s. (2001). *bank syariah dari teori e praktis* . jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ascaray. (2015). *akad dan produk bank syariah*. jakarta : rajawali press.
- Ascarya. (2015). *akad dan produk bank syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Chimidun, A. (2015). faktor-faktor yang mempengaruhi minat umkm mengajukan pembiayaan pada lembaga keuangan. *sekolah tinggi agama islam negeri salatiga*.
- Danang. (2015). *prilaku konsumen dan pemasaran*. jakarta: PT Buku Seru.
- Djaali. (2007). *psikologi pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Farrel, W. M. (1995). *pemasaran teori dan praktek sehari-hari*. jakarta: Erlangga.

- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fathoni, A. (2011). *metodologi penelitian*. jakarta: Renika Cipta.
- G. Sartono, R. S. (2018). Pengaruh Perceived Quality, Inovasi, Kelompok Referensi, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepak Bola Merek Nike. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 429-440.
- Hidayah, S. (2014). *identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di perbankan syariah (studi kasus PT. BNI syariah malang)*.
- Huda, P. &. (2017). Pengaruh Eksternal, Internal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 175-188.
- Indonesia, U.-U. N. (n.d.).
- Isnawati, z. (2016). bank syariah antara realita dan harapan masyarakat. *universitas islam negeri sultan syarif asim riau*.
- James F. Angel, R. D. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Judisseno, R. k. (2005). *sistem moniter dan perbankan Indonesia*. jakarta: pustaka utama.
- Junaidi. (2015). *persepsi masyarakat untuk memilih bank syariah*. palopo.
- kamal, M. (n.d.). Acceleration of Islamic Banking Indonesi. *bank syariah,pertumbuhan, bank indonesia*.
- kamsir. (2008). *dasar dasar perbankan* . jakarta: PT Raja grafindo persada.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

- Leon Schiffman, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Klaten: PT Macanan Jaya.
- Mahmudah, R. (2007). The effect of internal factors and internal factors on purchase decisions at lima lima benowo minimarket surabaya. *Internal factors External factors Purchase decisions*, 6.
- muhammad. (2002). *Manajemen Dana Bank Syariah*. yogyakarta: Al-vabets.
- Muhammad. (2005). *Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabetia.
- Nufian S Febriani, W. W. (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Oktaviansyah. (2018). Angels Rating System for Islamic Banking Industry in Indonesia. *keuangan dan perbankan*.
- Pratiwi, A. N. (2010). analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan Bank Syariah.
- Puspita, I. (2005). *psikologi komunikasi* . bandung: Rosdakarya.
- Rizal, Y. (2014). *Akuntansi perbankan syariah*. jakarta: Selemba Empat .
- Sari, A. R. (2015). faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat masyarakat muslim menabung di bank syariah. 2.
- Satori, D. (2015). *metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabetia.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press.
- Soemitra, A. (2009). *sistem moniter dan perbankan di indonesia*. jakarta: kencana.
- Sudarsono, H. (2004). *Bank dan Lembaga keuangan Syariah*. jakarta: Ekonisia.

- Sukarti, B. (2013). Corporate Governance Engineering of Islam Banking and Finace. *tantangan globalisasi sistem ekonomi dan pasar bebas*, 150.
- Sunyoto. (2015). *prilaku konsumen dan pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Viranti, F. A. (2015). Influence of Facilities,Promotion,Product and Lacation Islamic BanThe effect of internal factors and internal factors on purchase decisions at lima lima benowo minimarket surabayaing on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRSI. *The Journal of Tauhidionomics*, 11.
- Widyastuti. (2013). The of Marketing Mix on Purchase Decisions. *Manajemen Bisnis*.
- winarti. (2016). analisin faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. *analisin faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah..*
- Zainudin, A. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Zainul, A. (2000). *memahami bank syariah: lingkup ,peluang,tantangan,dan prospek*. Jakarta: Alvabet.
- zubair, M. k. (2008). scceleration of the growth of islamic banking in Indonesia. *Bank syariah, Pertumbuhan, bank Indonesia*, 2.