

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan. (2009). Bandung : PT. Sygma Examedia Arkanleema.

Efendi, Usman. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Engel, Blackwell, Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 1*. terj.F.X Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.

Hadari, Nawawi. (1993). *Kepemimpinan Menurut Islam*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Ismail, (2011), *Akuntansi Bank (teori dan aplikasi jdalam rupiah)*, Jakarta: Kencana.

Juliandi, Azuar. Et al, (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: Umsu Press.

Kasmir, (2008), *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip. & Kevin Lane Keller. (2007) *Manajemen Pemasaran*,terjemahan Benyamin Molan Jakarta: indeks.

Mujahidin, Akhmad. (2016). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Schiffman, Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Stanton, William J. (2000). *Prinsip Pemasaran*. Terj.Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumarwan, Ujang. (2009). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal:

Aisyah, M, (2016). *The Influence Of Religious Behavior On Consumers Intention To Purchase Halal-Labeled Products. Business and enterpeneural review*.

Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta (Kantor Cabang Solo Kartasura). Naskah Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Alserhan, B. A. (2010). *Islamic Branding: A conseptualization of realeed terms, journal of brand management*, 18.

Astuty, P., & Umiyati, U. (2018). *Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People As Moderator Variable (case study on the people of south tanggerang city)*

Dwi Perwitasari Wiryaningtyas. (2016). *Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember* . Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth. Volume 14 Nomor 2, hlm 50.

Fadhillatul, Hasanah. (2019) , *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Universitas Mahasiswa Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah*.

Fatmawati, Desy (2015). *“Pengaruh Pendapatan,Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman)*. Skripsi, Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta.

- Halik, Abdul. (2016), "*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Implikasinya pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur*", JHP17 Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya.
- Masruroh, Atik. (2015). "*Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah*". Skripsi Program Sarjana STAIN Salatiga.
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking* . Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, hlm 65.
- Muhammad, Nasrullah. (2015). "*Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*" dalam jurnal Hukum Islam.
- Mokhlis, Safiek. (2009). *Relevancy and measurement of Religiosity Inconsumer Behavior Research on international business research*.
- Morsy, Sahlaoui. (2016). *Marketing religion: marketing and islamic points of view on american journal of industrial and business management*.
- Ranto, Dwi Wahyu Prill. (2013). *Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen*. dalam JBMA , Vol. 1, Hlm. 6.
- Sonny Koeswara, Muslimah. (2013). *Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple* . Jurnal Pasti. Volume 8 Nomor 1, hlm 3.
- Trishananto. (2019). *Islamic Branding ,Religiosity, And Consumer Decision On Products In IAIN Salatiga. Indonesian journal of islamic economics*.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, Wan Edura Wan Rashid, Norafifa Mohd Ariffin, and Norhidayah Mohd Rashid, (2014). *Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer'*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130 Hlm. 145–54

Website:

<http://palembang.tribunnews.com>, diakses pada 02 Desember 2022.

<https://hulusungaiselatankab.bps.go.id>. diakses pada 01 Desember 2022.

www.ojk.go.id.

<http://www.ojk.go.id/ojk>

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>