

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al Arif, M. N. R. (2010). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Alfabeta.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik: Islamic banking = al-masraf Islam* (Cet. 15). Gema Insani.
- Kementrian Agama RI, 2022. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi: Edisi 3* (Cet 3). Salemba Empat.
- Muslehuddin, M. (2004). *Sistem perbankan dalam Islam*. PT Prineka Cipta.
- Prastyawan, A., & Lestari, Y. (2019). *PENGAMBILAN KEPUTUSAN*. UNESA UNIVERSITY PRESS.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Rasjid, S. (2010). *Fiqh Islam*. Penerbit Sinar Baru Algensindo.
- Siyoto, S., & S., M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Cet 1). Literasi Media Publishing.
- Subagyo, P. J. (2004). *Metodologi Penelitian: Dalam Teori Dan Praktek*. Rineka Cipta.
- sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D* (Cet 21). Alfabeta.

Jurnal

- Bhakti, S. O. W., & Diana, P. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG PADA BANK BRI UNIT HARAPAN BARU*. 18(2), 10.

- Fachrunnisa, O. (2018a). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 6.
- Fachrunnisa, O. (2018b). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 6.
- Famor Gunawan, T., & Bawono, A. (2021). Diterminasi keputusan Santri Pada Ponpres Edi Mancoro Kabupaten Semarang untuk menabung di bank syariah.pdf. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, dan Entrepreneur*, 2(2), 4. file:///C:/Users/RED/Downloads/60-Article%20Text-107-1-10-20210624%20(1).pdf
- Handayani, A., Azman, H. A., & Novel, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>
- Irmawanti, A., & Puspita, R. E. (2021). Customer's Decisions To Save In Sharia Banking Among Jakarta Millennial. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 64. <https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.8239>
- Maski, G. (2010). ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG: PENDEKATAN KOMPONEN DAN MODEL LOGISTIK STUDI PADA BANK SYARIAH DI MALANG. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1).
- Mauludia, Z., & Mulyani, S. (2023). PENGARUH PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP MINAT ANGGOTA UNTUK (Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syari'ah Jatim)MENABUNG.pdf. *Jurnal An-Nisbah*, 4(1). <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/nisbah/article/view/694>
- Nenden Nurul Sifa, 134010290. (2017). *PENGARUH BUDAYA ORGANISASIDAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI JAWA BARAT* [Other,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung]. <https://doi.org/10/8/Daftar%20Pustaka.pdf>

- Ojk. (n.d.-b). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022. Retrieved August 31, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2022.aspx>
- Prastiwi, I. E. (2021). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF RELIGIOSITY, ENVIRONMENT, AND REPUTATION FACTORS ON CUSTOMER DECISIONS ON SAVING AT KSPPS BMT AMANA.pdf. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1,). <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/2237>
- Rachmawati, A. (2020). PENGARUH CONSUMER KNOWLEDGE, BRAND IMAGE, RELIGIUSITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>
- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2018). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2). <https://doi.org/10.47903/ji.v7i2.53>
- Ruslan, N., & Rahma, R. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG PAREPARE PADA MASYARAKAT KELURAHAN LABUUKKANG. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3.
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.116>
- Sufitrayati, S., & Nailufar, F. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH DI KOTA BANDA ACEH. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v2i1.689>
- Utamy, O. D. B., & Widhiastuti, R. (2020). The effect of Sharia bank knowledge, promotion, and facilities on savings decisions at Sharia banks with savings

interest as mediation variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*, 1(1), 1–28.
<https://doi.org/10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>

Wahyuni, N. D. (2021). *Pengaruh pembelajaran perbankan syariah, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di bank syariah.*

Zulfandra, N. A. B., & Mustikawati, R. I. (t.t.). *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, RELIGIOSITY, AND KNOWLEDGE OF SHARIA BANKING ON THE STUDENTS' DECISION TO BECOME SHARIA BANK CUSTOMERS.*