

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, B. (2017). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Raja Grafindo.
- Erlina, & Mulyani, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan: USU Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Helm, S., Gobbers, K. L., & Storck, C. (2011). *Reputation Management: Management for Professionals*. New York: Springer Heidelberg Dordrecht.
- Huriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nitisusastro, M. (2017). *Perilaku Konsumen: dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2018). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, S. (2014). *Panduan Lengkap SPSS Versi 22*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation. *European Journal of Marketing*, 27(9).
- Setiadi, N. J. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyono, D. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Swasta, B. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UB Press.
- Taswan. (2020). *Manajemen Perbankan, Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, H. (2017). *Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal dan Penelitian Terdahulu

- Aryska, M. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *JOM FISIP*, 4(1), 1–15.
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Episteme Jurnal Pengembangan Keislaman*, 135-154.
- Daulay, A. N. (2017). Faktor-Faktor yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Falah*, 4(1).
- Fajriyah, N. (2018). Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Januar, A. (2016). Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Lestari, W., & Murwanti, S. (2017). Pembiayaan Ibadah Haji pada Lembaga Keuangan Syariah. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, XII(2).
- Mariska, Soesanto, & Mahfuz. (2018). The Effect of Brand Reputation, Product Reliability, Price and Brand Admiration on Purchasing Decision. *Universitas Diponegoro*.
- Mulyani, R. (2019). Pengaruh Reputasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.
- Permatahati, I. (2018). Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Reputasi yang Dipertimbangkan Anggota dalam Memutuskan Menyimpan Dana di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Tulungagung [Skripsi]. UIN Sayyid Ali Rahmatullah.
- Risya, S. K., & Sari, A. (2023). The Influence of Promotion and Reputation on Purchase Decisions of Pegadaian Gold Saving Products (Study on Customers of Syariah Gold Savings Account, Pegadaian Sariah Bandar Lampung Branch). *Ijori Journal*, 8-13.
- Sammasi, B. M. (2018). Pengaruh Promosi, Reputasi dan Harga terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Mabrur pada Bank

Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Palembang: UIN Raden Fatah.

Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation. *European Journal of Marketing*, 27(9).

Septiani, F., & Rahayu, S. (2020). The Influence of Marketing, Promotion and Reputation Strategies on Purchasing Decisions in Savings and Loans Cooperatives in Southd Tangerang. *Administration Journal*, 7(1).

Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46.