

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- Alfian, A. H., & Nugrahini, D. E. (2023). Religiusitas, Pelayanan Terbaik, dan Promosi sebagai Faktor Keputusan Nasabah untuk Saving Money di Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 4(1), 88–99.
- Atikhi, M. W. (2020). Pengaruh Religiusitas, Maqashid, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Sukarno Hatta).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Barito Kuala. *Kecamatan Anjir Muara Dalam Angka 2025*. Barito Kuala: BPS Kabupaten Barito Kuala, 2025.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Casriyanti, C. (2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Tasyri': Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 52–70. <http://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/tjmes/article/view/14%0Ahttp://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/tjmes/article/download/14/2>
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand

McNally.

Gultom, A. S., Siregar, S., & Sugianto. (2022). Apakah Regiulitas Memoderasi Keputusan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1348–1356.

Junaidi, J., Wicaksono, R., & Hamka, H. (2022). The consumers' commitment and materialism on Islamic banking: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 13(8), 1786–1806. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2020-0378>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Edition. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.

Muhammad Adam. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107–132. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.97>

Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>

Nengsi, H. D., Hak, N., & Stiawan, E. (2025). Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Volume 6 Nomor 1 / Januari 2025 Pengaruh Aksesibilitas , Faktor Sosial Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Pagar Dewa Kota Bengkulu) Institut Agama Islam Sunan

- Kalijogo Mala. *Jurnal Perbankan Syariah*, 6, 150–166.
- Nurmaeni, R., dkk. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah. *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 303–312.
- Ramadhan, A. (2022). Minat Dan Keputusan Nasabah Bank Ntb Syariah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pasca Bank Ntb Konversi Ke Bank Ntb Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Ntb Syariah Kcp Bolo). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(Vol. 1 No. 9: Februari 2022), 883–898. <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/1409/977>
- Rahmadani, G. S., dkk. (2023). Pengaruh Literasi, Promosi dan Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 5(2), 120–134.
- Selbi, S., Addirahman, A., & Siregar, F. A. (2023). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kc Jambi Pattimura Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 356–372. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.608>
- Septiawan, A., Safe, A., & Fitri, Y. S. (2021). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARI'AH, AKSESIBILITAS, PERILAKU KEUANGAN DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT PADA PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARI'AH* Agung. 2(1), 58–81.
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product

Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57.

<https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p46-57>

Wahyulkarima, A., Nurlaeli, I., & Makhrus, M. (2023). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.

Zainuddin, R. (2020). Pengaruh Faktor Demografi dan Kelas Sosial terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kota Palopo. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*.

Zuhirsyan, M., & Nurlinda. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 45–56.