# DAFTAR PUSTAKA


Arifin, A., & Khotimah, H. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta. *Nasional*, 163–184.

Basuki, A. T. dan, & Prawoto, N. (2016). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS. In *PT Rajagrafindo Persada*.

Fahmi, A. mustika. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, PEMAKAIAN DAN PEMBELIAN TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN MENJADI NASABAH BANK BNI SYARIAH. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*

Ghozali, I. (2013). Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*

Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Al-Muzara'ah*. https://doi.org/10.29244/jam.2.1.75-94

Hasibuan, M. S. P. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara*.

Juliandi, A., & Andriani, D. (2019). *STUDI PERILAKU KONSUMEN PERBANKAN SYARIAH*. lembaga penelitian dan penulisan ilmiah aqli.

Kasmir. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi terhadapa keputusan pembelian. *Simki-Economic*.

KBBI. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia ( KBBI ). In *Kementerian Pendidikan dan Budaya*.

Kotler, Philip. & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.

Lina, M. (2015). faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah. *Magister Manajemen*, *1*.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3. *Penerbit Salemba*.

M. Anang firmansyah. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (sikap dan pemasaran)*. CV BUDI UTAMA.

M.Anang Firmansyah, (87). (2019). PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap Dan Pemasaran) Oleh Dr. M.Anang Firmansyah, S.E.,*.

Maski, G. (2010). ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG: PENDEKATAN KOMPONEN DAN MODEL LOGISTIK STUDI PADA BANK SYARIAH DI MALANG. *Indonesian Applied Economics*, *4*.

Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*.

Notoatmodjo, S. (2007). Teori Perilaku. In *Teori Perilaku*.

P.D, S. (2014). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif.pdf. In *Metode*

*Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Rambat, L. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa teori dan praktik. *Salemba Empat, Jakarta*.

Setiadi, N. J. (2019). Perilaku konsumen: konsep dan implementasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. In *Jakarta: Kencana*.

Setiawan, E. (2012). Arti kata analisis - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. In *KBBI Indonesia*.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.Bandung:Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.Bandung:Alfabeta.* https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Supardi. (2005). Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. *Universitas Pendidikan Indonesia*.

Sutanto, H. (2013). Manajemen Pemasaran Bank Syariah. *Pustaka Setia Bandung*.

Tjiptono, F. (2001). Strategi pemasaran edisi pertama. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Bisnis Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi.*

Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *JWEM (Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil), 1*(1), 21–30.

Zainuddin, Z., Hamja, Y., & rustiana, S. H. (2016). Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *13*(1), 55–76.