DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211.

al-Bukhari, Ibnu Majah, A. (n.d.). *Kitab Hadis Shahih al-Bukhari, Shahih Muslim, Sunan Ibnu Majah, Musnad Ahmad*.

BSI. (2025). *Anak Muda Lirik Investasi Logam Mulia, Bisnis Cicil Emas BSI Melonjak 177% pada 2024*. https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/anak-muda-lirik-investasi-logam-mulia-bisnis-cicil-emas-bsi-melonjak-177-pada-2024

Budiyanto, A. (2016). The Effect of Innovation Capability on Business Performance: The Role of Social Capital and Entrepreneurial Leadership on SMEs in Indonesia. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, *14*(2), 456–465.

Fauzi, A. F., Simanjuntak, M., & Hartoyo, S. (2024). The Impact of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perceived Quality on Investment Decisions on Sharia-Compliant Products. *International Journal of Economics, Management, and Social Science*, *1*(1), 1–10.

Garvin, D. A. (1987). The Eight Dimensions of Product Quality. *Harvard Business Review*, *65*(6), 101–109.

Ghozali, I. (2016). *A Method for Social Science Research*. Universitas Diponegoro Press.

Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). Dimensi Religiusitas Menurut Glock dan Stark. *Journal for the Scientific Study of Religion*, *4*(1), 1–14.

H.Umar. (2002). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi.* Gramedia Pustaka Utama.

Haerisma, A. S. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *13*(1), 75–85.

Hidayati, N. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Investasi pada Produk Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, *11*(1), 42–50.

Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*.

Universitas Diponegoro.

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

Kurniawati, R. (2022). Pengaruh Strategi Promosi pada Produk Digital Bank Syariah. *Jurnal Pemasaran Syariah*, *10*(2), 66–79.

Laut, B. P. S. T. (2022). *Statistik Penduduk Kabupaten Tanah Laut*.

Muhlis, M. (2011). Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli Produk Halal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*(1), 75–86.

Pradhana, J. B., & Amalyah, A. A. (2023). Understanding the Role of Social Media Marketing and Technology Adoption Model in Shaping Consumer Behavior. *South East Asian Journal of Management*, *17*(2), 50–65.

Pusparini, Y. (2024). Analisis Minat Nasabah pada Produk Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *7*(1), 12–23.

Ramdhani, D., Kalbuana, N., Taqi, M., & Uzliawati, L. (2022). The Effect of Profitability, Board Size, Woman on Boards, and Political Connection on Financial Distress Conditions. *Cogent Business & Management*, *9*(1), 1–15.

Riduwan, S. &. (2009). *Pengantar Statistika*. Alfabeta.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th Edition)*. Pearson Education.

Setia Pramana, Ricky Yordani, Robert Kurniawan. (2016). *Dasar-Dasar Statistika dengan Software R Konsep dan Aplikasi*. In Media.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunyoto. (2012). *Anailis Validitas Dan Asumsi Klasik*. Gava Media.

Suseno, D., Bidayati, N. S., & Purwoko, A. (2024). Intrinsic Religiosity and Purchase Intention: The Role of Attitude and Moral Efficacy. *Fokus: Jurnal Kajian Keislaman Dan Kemasyarakatan*, *6*(2), 123–135.

Tjiptono, F. (2016). Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah Produk Syariah. *Jurnal Manajemen Syariah*, *6*(2), 120–132.

Tripuspitoriani, S. (2019). Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah dalam Investasi Emas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *7*(2), 110–120.

Uep. (2011). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Putra Media Mandiri.