

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., & Riyadi, Y. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16–33.
- Antonio, M. S. (2007). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Anwar, S. (1991). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ascarya. (2006). *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, 2(1), 182–198.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227–234.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Indonesia 2021*.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Benson, N. C., & Grove, S. (2000). *Mengenal Psikologi For Beginner*. Bandung: Mizan.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Cahyani, A. F., Saryadi, & Nurseto, S. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(3), 1–8.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional : Tentang Tabungan, 2 (2000).
- F, J. Y. (2018). Customer Preference In Storing Wadiah Yad Dhamanah Savings. *Review of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 10–23.
- Fandy, T. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Elisa Nur Amelia, 2021

PERSEPSI MAHASISWA ATAS KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN AKAD WADIAH DI BANK SYARIAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Syariah (S1)
[www.upnvj.ac.id] – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Fandy, T., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Firdaus, M., Ghufron, S., Aziz, M., & Alshodiq, M. (2005). *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23: Vol. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriarini, R. L., & Setiyawan, S. (2017). Faktor-Faktor yang Menentukan Mahasiswa Universitas Islam Bandung Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di Perbankan Syariah (Studi Kasus Bri Syariah Unisba). *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 3(2), 143–148.
- Indriasari, R., Muliati, & Santoso, A. B. (2018). Persepsi Nasabah tentang Tabungan Wadiah. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 1–7.
- Jamila, K. R. (2020). Analysis of Factors Influencing Customers Decision To Choose Savings. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1), 175–185.
- Jannah, W., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Tabungan Wadiah. *E-Jra : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 08(02), 11–22.
- Judge, T. A., & Robbins, S. P. (2008). *Perilaku Organisasi Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- KBBI. (n.d.). *Minat*.
- Khairani, M. (2013). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Khair, K., Gupta, L., & Shanmugam, B. (2008). *Islamic Banking : A Practical Perspective*. Petaling Jaya: Pearson Longman.
- Kompas.com. (2021). *Merger Bank Syariah Indonesia*.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- McShane, S., & Glinow, M. A. Von. (2007). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Murdadi, B. (2015). Menguji Kesyarifan Akad Wadiah Pada Produk Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi : Universitas Muhammadiyah Semarang*, 5(1), 61–71.
- Muslich, A. W. (2010). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Amzah.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Statistik Perbankan Syariah Desember 2020*.
- Qurthuby, M., Alhifni, A., & Muhlisin, S. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17–39.
- Risal, T., & Alexander, A. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(2), 118–130.
- Sakum, H. I. (2020). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5(1), 120–148.
- Sapuri, R. (2009). *Psikologi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Schiffman, K. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Sjahdeini, S. R. (2018). *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Thoha, M. (2015). *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Rajagrafindo Persada.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah. (2002). *Konsep, Produk, dan Implementasi Operasional Bank Syariah*. Jakarta: Djambatan.
- Willis, S. S. (2011). *Remaja & Masalahnya*. Bandung: Alfabeta.