

## DAFTAR PUSTAKA

- AAOIFI. (2020). *AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution)*.
- Abdillah, I., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Implementasi Akad Ba'i Istishna dan Ba'i Taqsith Pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Non Bank) di Perumahan Islami Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3, 16.
- Aksamawanti. (2019). *GHARAR: HAKIKAT DAN PENGARUHNYA TERHADAP AKAD*. 5, 14.
- Altaf, M., Iqbal, N., Mokhtar, S. S. M., & Sial, M. H. (2017). Managing consumer-based brand equity through brand experience in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2).
- Anshori, A. G. (2018). *PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*. Gadjah Mada University Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. S. (2002). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Arif, M. S., & Halilah, S. (2019). KAFALAH DALAM PANDANGAN ISLAM. *Jurnal Hukum Tata Negara*, 2, 7.
- Arifin, Z. (2002). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alfabet.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. (2007). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston (US): PWS-KENT Publishing Company.
- BPS, B. P. S. (2021). *Jumlah Penduduk DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin ( 2018)*. 2018.
- Chaplin, J. . (1985). *Dictionary Of Psychology*. Dell Publish.
- Dyah, A., Martika, L. D., & Rahmawati, T. (2017). *PENGARUH PEMBIAYAAN MUDHARABAH, PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DAN SEWA IJARAH TERHADAP PROFITABILITAS*. 3(1), 16.
- Fadhilla, M. A. (2018). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA MAKASSAR*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR.
- Farida, A. (2020). *ANALISIS PEMBIAYAAN MUSYARAKAH TERHADAP PROFITABILITAS (ROA) BANK UMUM SYARIAH*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11, 14.

**Farah Dibah, 2021**

**PREFERENSI MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH : STUDI PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DKI JAKARTA**

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

- Fathurrahman, A., & Azizah, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Islamic Economics, Finance and Banking*, 1, 43.
- Febrianasari, S. N. (2020). HUKUM EKONOMI ISLAM DALAM AKAD IJARAH DAN RAHN (ISLAMIC ECONOMIC LAW IN THE IJARAH AND RAHN CONTRACTS). *Jurnal Qawanin*, 4(2), 31.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & psikologi konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2010). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hakim, A., Sobarna, N., & Solihatin, A. (2020). PRAKTEK WAKALAH DAN HIWALAH DALAM EKONOMI ISLAM: PERSPEKTIF INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 17.
- Handayani, T. (2020). *CONSUMER'S POSITIONING AND PERCEPTION IN DETERMINING SHARIA BANK*.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah* (1st ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- jakarta.bps.go.id. (2021). *Badan Pusat Statistik Provinsi DKI JAKARTA*. 2018.
- KBBI. (2020). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <https://kbbi.web.id/faktor>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Luthfi, F., & Pujiyono, A. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA SANTRI DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus: Pondok Pesantren Madinah Munawwarah, Pondok Pesantren Luhur Wahid Hasyim, Pondok Pesantren Darul Falah). *Economics*, 6, 11.
- Ma'arif, M. B. (2018). *ANALISIS PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SALATIGA.
- Mahadin, B. K., & Akroush, M. N. (2019). A study of factors affecting word of mouth

Farah Dibah, 2021

*PREFERENSI MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH : STUDI PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DKI JAKARTA*

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

- (WOM) towards Islamic banking (IB) in Jordan. *International Journal of Emerging Markets*.
- Mansur. (2009). *Seluk Beluk Ekonomi Islam*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Masturoh, I., & Anggita, N. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Muchtar, E. H. (2017). MUAMALAH TERLARANG: MAYSIR DAN GHARAR. *Asy-Syukriyyah*, 18, 27.
- Muflihini, M. D. (2019). PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA: SEBUAH KAJIAN HISTORIS. *Ekonomi Syariah*, 4, 10.
- Munif, N. A. (2016). ANALISIS AKAD IJARAH MUNTAHIYA BITTAMLIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA. 4, 24.
- Neldawati, R. (2018). PERBANDINGAN KINERJA BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL. *Jurnal Development*, 6(1), 9.
- Nicholson, W. (1995). *Microeconomic Theory Basic Principles and Extentions*. USA: Harcourt Brace College Publisher.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nunnally, B. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- OJK, (Otoritas Jasa Keuangan). (2020). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2020*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Indeks Literasi Keuangan*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Polindi, M. (2017). FILOSOFI DAN PERWUJUDAN PRINSIP TAUHĪDULLAH, DAN AL-‘ADĀLAH, DALAM IJARAH, DAN IJARAH MUNTAHIA BI-TAMLIK (IMBT). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 11.
- Prasetyowati, D. A. (2016). *Analisis Statistik (Teori Aplikasi Menggunakan SPSS)*. Palembang: Universitas Indo Global Mandiri.
- Rao, A. R., & Sieben, W. A. (1992). The Effect of Prior Knowledge on Price Acceptability and the Type of Information Examined. *Journal of Consumer Research*, 19(2).
- Riaz, U., Khan, M., & Khan, N. (2018). An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 9(4).
- Rivai, A. (2020). *PRODUK JASA PADA BANK SYARIAH DAN APLIKASINYA*. 5, 30.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Farah Dibah, 2021*  
**PREFERENSI MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH : STUDI PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DKI JAKARTA**  
 UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah S1  
 [www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

*Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen.* Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Sabiq, S. (1987). *Fikih Sunnah*. Bandung: al-Ma'arif.
- Sah, M. R. K., & Iman, L. (2018). AL-SHARF DALAM PANDANGAN ISLAM. *Jurnal Ulumul Syar'i*, 7(2), 23.
- Saleh, N. A. (1986). *Unlawful Gain and Legitimate Profit in Islamic Law: Riba Gharar and Islamic Banking*. Cambridge University Press.
- Salehzadeh, R., Pool, J. K., & Najafabadi, A. H. J. (2018). Exploring the Relationship between Corporate Social Responsibility, Brand Image and Brand Equity in Iranian Banking Industry. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Sambandam, R., & Lord, K. R. (1994). Switching Behavior in Automobile Markets: A Consideration-Sets Model. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Sandria, W. (2018). PERSEPSI MAHASISWA TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Jambi). *Development*, 6, 13.
- Saputra, D. E. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI DEPOK. UIN SYARIF HIDAYATULLAH*.
- Sarwat, A. (2019). *Kiat-kiat Menghindari Riba* (Fatih (ed.)). Rumah Fiqih Publishing.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business*. Jakarta: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sharofiddin, A., Idris, A. F. Bin, & Othman, A. H. A. (2018). THE PROSPECTIVE OF INTRODUCING ISLAMIC BANKING SYSTEM IN TAJIKISTAN: USING THEORY DIFFUSION AND INNOVATION (TDI) APPROACH. *International Journal of Economics, Commerce and Management*.
- Slovin, M. . (1960). *Sampling*. New York: Simon and Schuster Inc.
- Sudarsono, H. (2015). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi* (4th ed.). Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto. (1997). *Fisiologi*. Jakarta: Integritas Press.

**Farah Dibah, 2021**

**PREFERENSI MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH : STUDI PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DKI JAKARTA**

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

- Suparyanto, D. (2018). *PROSPEK PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*. 2, 12.
- Supriadi, & Ismawati. (2020). IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP PERBANKAN SYARIAH UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH. *Hukum Ekonomi Syariah*, 3, 11.
- Syauqoti, R., & Ghozali, M. (2018). APLIKASI AKAD MURABAHAH PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH. *Masharif Al-Syariah*, 3, 22.
- Umam, K. (2016). *PERBANKAN SYARIAH Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Widiawati, H. S. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE PRODUK SYARIAH DAN RELIGIUS TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA KEDIRI. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1).
- Widyastuti, I. (2016). *ANALISA AKUNTANSI PEMBIAYAAN DENGAN PRINSIP BAGI HASIL DAN JUAL BELI DI PERBANKAN SYARIAH*. 3, 10.
- Wiliasih, R., & Shadrina, F. (2017). FAKTOR DOMINAN YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH, BPRS, DAN KSPPS. *Nisbah*, 3, 20.
- Zulfison, Puspita, & Tyanto, R. (2020). PENGARUH RELIGIUSITAS, KELOMPOK REFERENSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP BANK SYARIAH PADA NASABAH BANK SYARIAH DKI JAKARTA. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 5(1), 10.