

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti Tripuspitorini, F. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69.
- Al-Arif, M. N. R. (2011). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Era Adicitra Intermedia.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Baihaqi, A. (2015). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Unza Vitalis Salatiga. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 43. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i2.43-64>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Dahari, Z., Abduh, M., & Fam, K.-S. (2015). Measuring Service Quality in Islamic Banking: Importance-Performance Analysis Approach. *Asian Journal of Business Research*, 5(1). <https://doi.org/10.14707/ajbr.150008>
- Desminar. (2019). Akad Wadiah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Menara Ilmu*, Vol. XIII(3), 25–35.
- Diah Harum Cempakasari, Y. (2003). Studi Mengenai Pengembangan Hubungan Jangka Panjang Perusahaan dan Pengecer. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 2, Issue 1, pp. 67 – 84–84). <https://doi.org/10.14710/jspi.v2i1.67-84>
- Dick, A., Chakravarti, D., & Biehal, G. (1990). Memory-Based Inferences During Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, 17. <https://doi.org/10.1086/208539>
- Dr. Rizqulloh, D. (2014). *Mengelola Bank Syariah* (Ikatan Bankir Indonesia (ed.); Modul Sert). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ekawaty, N., Athallah, D. H., & Anwar, F. N. A. (2020). Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 01–11. <https://doi.org/10.33096/jmb.v7i1.353>
- Eko Suryaningsih, dan N. J. (2019). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kelurahan Kuang Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Ekonomi Dan*

Bisnis Indonesia, Vol. 05(3), 20–26.

- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(1), 149–162. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Fajar Mujaddid, P. T. A. N. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam FAI UHAMKA*, 10.
- Farkhan, M. (2007). *Proposal Penelitian Bahasa dan Sastra*. Cella Jakarta.
- Fauziah, S. (2019). Manajemen Risiko Reputasi pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 3(1), 74–80. <https://doi.org/10.37726/ee.v3i1.35>
- Formburn, J. C. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. UNDIP.
- Glock, Y. C., & Stark, R. (1968). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. University of California Press.
- Habiba, N. F. (2020). Tantangan dan Strategi Perbankan Syariah dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah (IQTISHODIAH)*, 2(1), 1–9. <https://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah> ISSN 2714-8572
- Hadija, H., Nuriatullah, N., & Nurfitriani, N. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 37–55. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.10.37-55>
- Hafid, W. R., Majid, J., & Juardi, M. S. S. (2018). Penerapan Prinsip Profit Sharing Dan Revenue Sharing Program Tabungan Mudharabah Dan Deposito Mudharabah (Studi Pada Pt Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar). *Al-Mashrafiyah : Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 65–81. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v1i2.4735>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.

- Ibrahim, A. B., & Noor, A. M. (2011). The application of Wadiah contract by some financial institutions in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(3), 255–264. <http://irep.iium.edu.my/5701/>
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah* (Cetakan Ke). Kencana.
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas dan Reabilitas Dengan Skala Likertt Terhadap Pengebangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan STrategic PLaning Pada Industri Garmen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014, November*, 155–160.
- Karim, A. (2004). *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. (2010). Bank Islam : Analisis Fiqih Dan Keuangan, edisi ketiga. In *PT Raja Grafindo Persada* (p. 347). PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2013). *Dasar Dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited KAO.
- Maftukhatusolikah, M., Mardiyah, S., Litriani, E., & Delasmi, S. (2018). Expanding Women's Access To The Banking Sector. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 131. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v1i2.1014>
- Mahgalena, M., Wahab, W., & Huda, C. (2021). Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank. *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 3(1), 47–62. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8064>
- Mansour, I. H. F. (2019). Customers' perceptions of selection criteria used by Islamic bank customers in Sudan: The importance of Shariah compliance. *Journal of Research in Emerging Markets*, 1(4), 20–32. <https://doi.org/10.30585/jrems.v1i4.363>
- Mujib, A. (2016). Manajemen strategi promosi produk pembiayaan perbankan syariah. *Perbankan Syariah*, 1(1), 75–99.
- Mulazid, E. R. H. P. dan A. S. (2018). Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank. *Li Falah : Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.

- Mursid, A., & Suhartono, E. (2015). Faktor Determinan Nasabah Dalam Pemilihan Bank Syariah. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.15294/jdm.v5i1.3650>
- Naninncova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nasfi, Rahmat, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, Vol. 4, No, e-ISSN: 2614-8110 p-ISSN: 2614-7890.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(1). <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Ningsih, M. R., & Mahfudz, M. S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif. *Point*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.576>
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan* (p. 307). Rajawali Pers.
- Nugroho, A. P., Hidayat, A., & Kusuma, H. (2017). The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the slamic banks. *Banks and Bank Systems*, 12(3), 35–47. [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03)
- Oktavia, F., & Huda, N. (2016). Pengaruh Karakteristik Nasabah Moderat Terhadap Preferensi Produk Simpanan Bank Syariah. *JEBA: Journal of Economics and Business Aseanomics*, 1(1), 177–200.
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W. F. (2019). the Factors of Service, Religiosity and Knowledge in the Decision of Customers To Save Funds in Sharia Banks in Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, 1(2), 13–26. <https://doi.org/10.46923/ijbhes.v1i2.37>
- Poerwadarminta, W. J. S. (2011). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. . S. (2018). Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*.

DEEPUBLIS.

- Riza, A., Hakim, L., & Eliana, E. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>
- Sahabuddin, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa : Upaya Untuk Meningkatkan Keuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andy Offset.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah . *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Volume 4*, 54–69.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i2.277-297>
- Ulum, I., Ghozali, I., & Chariri, A. (2008). Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan : Suatu Analisis Dengan Pendekatan Partial Least Square. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Ulum, I., Ghozali, I., & Purwanto, A. (2014). Intellectual Capital Performance of Indonesian Banking Sector: A Modified VAIC (M-VAIC) Perspective. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(2), 103. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v6i2.5246>
- Umiyati, & Syaima, N. (2018). Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BJB Syariah, Ciputat. *Liquidity*, 7(2), 108–123. <https://doi.org/10.32546/lq.v7i2.217>
- Wati, I., & Sudiarti, S. R. I. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Memanfaatkan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus di Kepenghuluan Bagan Bhakti, Kecamatan Balai Jaya). 1–11.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk

Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, VII(2).

Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.1-17>

Zeithaml, V., Mary Jo, B., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing*. Mc Grew Hill Education. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.01.008>

Zuardi, M., Marpaung, M., & Lubis, I. S. (2021). Analysis of Customer Loyalty and The Influence of Product Attributes , Promotions and Religious Commitments on The Decision to Choose Saving Products in Sharia Bank Sumut. *International Applied Business and Engineering Conference 2021*, 127–136.

Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>

Zulkifli, S. (2007). *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (L. Y. El Sanusy (ed.)). Zikrul Hakim.