

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. (2010). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 191–201.
- Afriani, T., & Asandimitra, N. (2020). Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 4(1), 1.
- Aisyah, 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.
- Andriani, G. F., & Halmawati. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, kepercayaan, dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336.
- Aneetha, S. (2021). Membangun Kembali Kepercayaan Publik terhadap Bank Syariah. *Kumparan*.
- Ascarya & Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah : Gambaran Umum*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- 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. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *JURNAL PUNDI*, 3(3), 227–234.
- Chaouch, N. (2017). An Exploratory Study of Tunisian Customers' Awareness and Perception of Islamic Banks. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 0–0.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1).
- Crow, L., & Crow, A. (1989). *Psychologi pendidikan*. Yogyakarta. Nur Cahaya.
- Damayanti, S. (2016). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9, 17–33.
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah. *Jurnal Fokus Bisnis*, 18(01), 43–52.
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63.

- Fadillah, R. (2020). Hadits-Hadits Tentang Jasa (Free-Based Served): Wakalah, Kafalah, Hawalah. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 2(2), 125–146.
- Fadli. (2018). The Influence of Knowledge And Advertisement to The Interest OF Saving in The Sharia Bank (A Study Of The Students at Faculty Of Islamic Economy And Business IAIN Padangsidempuan Registered in 2014 Academic Year). *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 1(1), 1–16.
- Fakhrana, Z. (2020). Peran Kualitas Layanan dan Kepercayaan Dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 157.
- Fathurrahman, A., & Zulfikar, F. (2020). Empirical Determinants of Saving in Islamic Banks at Tasikmalaya City. *Falah : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 58–69.
- Fatriani, R. (2018). Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia. *Ensiklopedia of Journal*, 1(1), 218–224.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriastuti, H., & Anwar, A. (2018). Effect of Sharia Product Attributes and Insaniyyah Promotion that is Conducted By Sharia Bank Toward Non-Muslims' Decision to Become a Customer. *In The 2018 International Conference of Organizational Innovation Volume 2018, KnE Social Sciences*, 3(10).
- Ismanto, K. (2018). Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Human Falah*, 5.
- Istiqomah, Y. N. A. (2016). The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Products. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2), 73–98.
- Jalaludin, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1).
- Kardoyo, Nurkhin, A., Muhsin, Mukhibad, H., & Aprilia, F. D. (2020). The effect of knowledge, promotion, and religiosity on intention to use Islamic banking sendees. *International Journal of Financial Research*, 11(2).
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Pt Bank Bni Syariah Kcp Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank SyariahMandiri Gresik). *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48.

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). Antecedents of Consumer Trust in B-to-C ElectronicCommerce. *Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*, 157–167.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi kedua). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Salemba empat.
- 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.
- Mayer, R. C., Davis, I. H., & Schooraman, F. D. (1995). An Integratif Model of Organizational Trust. *Academy of Management* .
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Murti, I. P. W., & Santika, I. W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk Dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 734–761.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 116–122.
- OJK. (2020). *Snapshot Perbankan Syariah 2020*.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 87–98.
- 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 Bank In Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education, and Social Sciences*, 1(2), 13–26.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187.
- Peter, J. P., & Olsen. (1999). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Damos Sihombing, Ed.; Edisi 4). Penerbit Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rakhmah, S. M., & Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariaah (Studi Kasus

- Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sah, M. R. K., & Ilman, L. (2018). Al-Sharf dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ulumul Syar'i*.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat skripsi, tesis, dan disertai dengan partial least square SEM (PLS-SEM)*. ANDI.
- Setiawan, I. (2020). Analisis Peran Perbankan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Bank Syariah Versus Bank Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 52.
- Sidharta, R. B. F. I. (2017). Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis* (10th ed.). Alfabeta.
- Suhartanto, D., Farhani, N. H., Muflih, M., & Setiawan. (2018). Loyalty Intention towards Islamic Bank: The Role of Religiosity, Image, and Trust. *International Journal of Economics and Management*, 12(1), 137–151.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2016). *Statistik : teori dan aplikasi (Edisi 8/Jilid 1)*. Erlangga.
- Swastha, & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Syauqoti, R., & Ghozali, M. (2018). Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah dan Lembaga Keuangan Konvensional. *Iqtishoduna*, 14(1).
- Tabrani, M., Amin, M., & Nizam, A. (2018). Trust, commitment, customer intimacy and customer loyalty in Islamic banking relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 36(5), 823–848.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *Islamicomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46.
- Utami, M., & Handayani, T. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. *In Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 2, 170–178.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Offset.

- Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudharabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 3(1).
- Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1.
- Wulandari, N. P. A., & Suryaningrum, D. H. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung DI Bank Syariah. *Jurna LEkonomika:Manajemen,Akuntansi,Dan PerbankanSyari'ah*, 10(2).
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek.
- Yuliani, M., & Meliza, D. (2019). Partisipasi Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Akuantan Singingi (UNIKS) Untuk Menabung di Bank Syariah Teluk Kuantan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 2(2).
- Zaidan, N., Azizah, S., Farid, W., Senen, Ali, S., & Windiartio. (2019). The Influence of Mandiri Sharia Bank Savings Promotion on Interest Saving People of Palembang City. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 88(4), 178–183.
- Zirek, D., Celebi, F., & Kabir Hassan, M. (2016). The Islamic Banking and Economic Growth Nexus: A Panel VAR Analysis for Organization of Islamic Cooperation (OIC) Countries. In *Journal of Economic Cooperation and Development* (Vol. 37).