

DAFTAR PUSTAKA

- Al-shaghdari, F., & Adeyemi, A. A. (2020). *Determinants of Islamic Credit Card Adoption in Malaysia a Structural Equation Modeling Approach*. 3(September), 1–10.
- Alfi, A. N. (2020). *Pangsa Pasar Bank Syariah Belum Naik Signifikan, Ini Tantangannya*. *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andrianto, & Anang. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementansi Teori dan Praktek)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Andriasan Sudarso. (2016). *Manajemen Jasa Perhotelan*. Deepublish.Bank Indonesia. (2019).
- Bareksa.com. (2020). <https://www.bareksa.com/berita/pasar-modal/2020-09-23/ojk-aset-market-share-perbankan-syariah-meningkat-di-masa-pandemi-ini-datanya>
- bi.go.id. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/kartu-kredit>.
- bnisyariah.co.id. www.bnisyariah.co.id. <https://www.bnisyariah.co.id>
- Darsono, Siti, A., Harisman, Ali, S., Ascarya, Androecia, D., Tin Suryanti, E., & Rahmawati, S. (2017). *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan serta Tantangan ke Depan*. Raja Grafindo Persada.
- Dian, E. (2021). *Jokowi: Bank Syariah Indonesia Harus Menarik Minat Milenial Untuk Jadi Nasabah*. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com>
- Fahrudin, A. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. Andi Offset.
- Fatah, A. M., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Malang, U. B. (2021). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada produk tabungan bank syariah mandiri (bsm) pt. bank syariah mandiri kantor cabang soekarno hatta malang. 1*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*

Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Gujarati, & Porter. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (5th ed.). Salemba Empat.
- Handayani, T., Yetty, F., & Priyatno, D. (2020). *Apa Pertimbangan Masyarakat Berasuransi Syariah di Jabodetabek?* 8 (April), 39–54.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Ismail. (2017). *Perbankan Syariah*. Kencana Prenada Media Group.
- Ivany, R. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk, dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank BRI Syariah di Surabaya*.
- Johan, Z. J., Hussain, M. Z., Putit, L., Dali, N. R. S. M., & Hafit, N. I. A. (2017). *Consumers' Perception of Islamic Credit Cards: An Exploratory Study*. 25, 179–196.
- Johan, Zaimy Johana, Ridzwan, N., & Mohd, S. (2017). *Customers' Intention towards Shariah Compliant Credit Cards: A Pilot Study*. August. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v7-i4/2887>
- Justica Ardha, D. (2020). *Analisis Kasus Pemalsuan Kart Kredit Sebagai Bentuk Tindak Pidana Perbankan*.
- Kajian Stabilitas Keuangan. (2018). *No Title*.
- Karim, A. (2017a). *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. (2017b). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- kbbi.kemdikbud.go.id. *KBBI*. [https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kartu kredit](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kartu%20kredit)
- Kharsima, H. P. (2018). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah pada BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition) 15th Edition*.

- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Gerry, A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kunthi, F. S. (2020). *Total DPK Nasabah Milenial BNI Syariah Capai Rp2,12 Triliun*. Ekbis. Sindonews. <https://ekbis.sindonews.com/read/114852/178/total-dpk-nasabah-milenial-bni-syariah>
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Muara, H. S. (2019). *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun*”.
- Musfar. (2020). *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Pasaribu, Z., & E, D. A. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Internal Portal PT Dirgantara Indonesia terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Sositologi, 14*(1),61–70.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ZIFATAMA PUBLISHING.
- Raka, Rozza, & Sylvia. (2017). *The Effect of Corporate Image and Advertising on Hasanah Card on Customer’s Decision to Become a Card Holder in BNI Syariah*. 6(2).
- Rohmaniah, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi, Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)*.
- Rully. (2021). *Kartu Kredit Syariah, Tak Ada Bunga hingga Tak Bisa Dipakai di Diskotik*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/01/21>
- Russetyowati, A. (2018). Peningkatan Minat Penggunaan Kartu Kredit Syariah melalui Pendekatan Kepercayaan, Sikap, dan Pendapatan. *Journal of Finance and Islamic Banking, 1*(1), 43–44.
- Salman, Sharrif, Sufli, Rabia, & Sadaf. (2018). *Corporate Social Responsibility and*

Customer Loyalty in Islamic Banks of Pakistan a Mediating Role of Brand Image. May.

Sareye, J. M., Insaniah, K. U., & Haji-othman, Y. (2017). *The Influence of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and Perceived of Trust on Customers ' Acceptance to Use Islamic Credit Cards. March.*

Schiffman, & Wisenblit. (2019). *Consumer Behavior* (12th Editi). Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.).

Salemba Empat.

Sentot, I. W. (2019). *Pengantar Manajemen*. Rajawali.

Shodiqin, M. H. (2017). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Kredit Hasanah Card Bank BNI Syariah Cabang Semarang*

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

Slovin, M. . (1960). *SamplingNo Title*. Simon and Schuster Inc.

Sudarsono. (2017). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (4th ed.). Ekosoria.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sutihat, B., & Mulyana, A. (2017). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Denda Keterlambatan (Late Charge) Pada Kartu Kredit Syariah (Studi Analisis Dengan Pendekatan Maqashid Al-Syariah. 9, 34.*

Swarjana, I. . (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan [Edisi Revisi]*. CV. Andioffset.

Syifa, Muhlisin, S., & Hasbi, S. (2019). *Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau dari Perspektif Tujuan Penggunaan. 55–66.*

tirto.id. (n.d.). *No Title*.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.

- Veronika. (2016). *Pengaruh Iklan dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen, dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi (Kasus Konsumen Shampoo Dove di Pusat Perbelanjaan Gardena Department Store & Supermarket Yogyakarta)*. Universitas Sanata Dharma.
- Wardani, F. A. (2016). Kartu Kredit Syariah Dalam Tinjauan Islam. *Istishodia. Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 241–242.