

DAFTAR PUSTAKA

- A. Djuzali & Yadi Januari. (2015). *Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengantar)*. 1106013580, hal.184.
- Abdul Aziz, M. (2016). *Fiqh Muamalat*. Amzah.
- Abdullah, J. (2018). *Akad-akad di dalam Asuransi Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Al-Muslih, K. bin A. A. (2017). *al-Hawafiz al-Tijariyah*. Pustaka Azzam.
- Al-Qurthubi, S. I. (2018). *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*. Pustaka Azzam.
- Alfonita, F. (2018). Respon Masyarakat Non Muslim Terhadap Asuransi Syariah Di Kota Depok. *Computers and Industrial Engineering*, 2(January), 6.
- Am. Hasan Ali. (2009). Asuransi dalam Perspektif Islam AM Hasan Ali.pdf. In *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* (Vol. 1, Nomor 2, hal. 157–176).
- Amron, Usman, & Mursid, A. (2018). Buying decision in the marketing of Sharia life insurance (evidence from Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*, 9(2), 370–383. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2017-0013>
- Andi, M. (2016). Psikolog Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan. In *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling* (Vol. 3, Nomor 2). Usaha Offsite Printing. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Ariyanti, Kesbi, F. G., Tari, A. R., Siagian, G., Jamilatun, S., Barroso, F. G., Sánchez-Muros, M. J., Rincón, M. Á., Rodriguez-Rodriguez, M., Fabrikov, D., Morote, E., Guil-Guerrero, J. L., Henry, M., Gasco, L., Piccolo, G., Fountoulaki, E., Omasaki, S. K., Janssen, K., Besson, M., ... A.F. Falah, M. (2021). Pertumbuhan Asuransi Syariah di Indonesia. In *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* (Vol. 4, Nomor 1).
- Ascraya. (2017). *Akad & Produk Bank Syariah*. PT. Raja Grifindo Persada.
- Crow, C. &. (2017). *Educational Psycholog*. Bina Ilmu.
- Dama, D. (2016). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 503–514.
- Desmandi, S. (2016). *PEMBAYARAN GANTI RUGI* (hal. 272).
- Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Fauzia, R. (2017). Implementasi prinsip-prinsip asuransi syariah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–77.
- Fure, H. (2016). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi*

- Manado*, 1(3), 273–283.
- Garvin Dale Timpe. (2014). “Education. Kualitas Keunggulan.” <https://doi.org/Erlangga>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, & Agustina, L. A. (2021). *PENGARUH PENDAPATAN, PENGETAHUAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT KABANDUNGAN, MASYARAKAT DALAM BERASURANSI SYARIAH (STUDI PADA DESA KABANDUNGAN KABUPATEN SUKABUMI)*.
- Hasan, Nurul Ichsan, M. (2014). *Pengantar Asuransi Syariah*. PT. Celebes Perkasa.
- Indah, R. P. (2017). (2017). Hubungan Persepsi Siswa Terhadap Industri Busana Dengan Minat Berwirausaha Siswa. *Universitas Negeri Medan*.
- Irfan, R. jannah, Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN GENERASI MILENIAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK ASURANSI JIWA SYARIAH. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1). <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8578>
- Ismanto, K. (2017). Pengelolaan Lembaga Keuangan Syari’Ah Berbasis Total Quality Management (Tqm). *Religia*, 14(1), 93–110. <https://doi.org/10.28918/religia.v14i1.35>
- Karim, A. (2017). *Bank Islam - Analisis Fiqih dan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persad.
- Kasmir. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. In *Edisi revisi: Vol. 43 No.1* (Nomor July).
- Khadafie, M. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT PADA PRODUK ASURANSI SYARIAH. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Khumaini, S., & Husein, M. T. (2020). Persepsi Dan Minat Masyarkat Terhadap Asuransi Syariah Di Kabupaten Tangerang. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(2), 86. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(2\).86-93](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(2).86-93)
- Koetler, P. and K. L. K. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Erlangga.
- komarudin. (2015). *Kamus Perbankan*. Grafindo.
- Kotler, & Philip & Armstrong G. (2018). *Dasar-dasar Pemasaran (Principles of marketing)*.
- Kumalasari, A. (2018). *Strategi Syariah Marketing dalam penjangkaran nasabah (Studi Kasus BMT Bahtera Group Unit Warung Asem)*. Perpustakaan STAIN Pekalongan.
- Kurniawan, A. R. (2014). *Total Marketing*. Kobis.

- Kusumajati, W., Syah, T. Y. R., Kustiawan, U., Negoro, D. A., & Tegor. (2019). Effect of Religiosity, Prevention Focus, Future Orientation, and Financial Knowledge on Purchase Intention To Long-Term Investment in Sharia Insurance. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 87(3), 231–242. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-03.27>
- Ma'zumi. (2017). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional. *Al-Qalam Vol 34 No 22*, 281.
- Mappiere, A. (2016). *Psikolog orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan* (U. Offsite (ed.)).
- Maragh, A. M. Al. (2017). *Tafsir Al-Maraghi*. Darul Kutub Ilmiyyah.
- Munawwir, A. W. (2017). *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Lengkap*. Pustaka Progresif.
- Oktaviani, B. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pegawai Universitas Islam Indonesia menggunakan Asuransi Syariah. *Universitas Islam Indonesia*, 1–24.
- Philip Kotler, K. L. K. (2018). (2016). (2016). Manajemen Pemasaran. In *Landasanteori.Com* (Nomor 2012).
- Prihasmono, H. (2017). *Ringkasan Kitab Hadist Shahih Imam Bukhari*. 40–41.
- Purwaningsih, U., Nurmala, P., & Hafizi, M. R. (2021). What Drives People'S Interest in Sharia Insurance? Evidence From Palangka Raya. *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 39–59. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v2i1.75>
- Rahman, S. A. (2015). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (hal. 300). Prenada Media.
- Rahmania, N. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar*.
- Rahmawati, W. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada Ajb Bumiputera 1912 Divisi Syariah, Cabang Margonda)*.
- Rakhmat. (2015). *Psikologi Agama a : Sebuah Pengantar (3rd ed.)*.
- Rangkuty, F. (2019). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Anggota IKAPI.
- Rusita Purnamasari, D., & Alam, A. (2020). Level of Understanding and Reasons Customers Choose Sharia Insurance Products. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.20473/aijief.v3i1.19411>
- Safrina, S. (2018). Psikologi Dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 7(2), 84. <https://doi.org/10.22373/jiif.v7i2.3068>
- Santi Deliani Rahmawati, H. S. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah Non-Muslim. Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada AJB*

- Bumiputera 192 Divisi Syariah Cabang Margonda*). 3(2017), 54–67.
- Sari, N. (2017). Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah. *Jurnal Investasi Islam*, 2(2), 59–72.
- Silviana, D. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo*. 1–164.
- Siyoto, Sandu, and M. A. S. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sofjan Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Softian, S. N. A. S. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH DI PT.PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE CABANG KOTA GORONTALO*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Suhendi, H. (2011). *Fikih Muamalah*. Rajawali Pers.
- Sula, M. S. (2004). Asuransi Syariah (Life and general) Konsep dan Sistem Operasional. In *Book* (1 ed.). Gema Insani Press.
- Sula, M. S. (2018). Asuransi Syariah. In *Book* (1 ed.). Gema Insani.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Suparmin, A. (2019). Asuransi Syariah Di Indonesia Hukum Prospek Dan Tantangan. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 1(01), 1–30. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v1i01.526>
- Supriyadi, I. (2017). ASURANSI TAKAFUL (Kajian Komparasi dengan Asuransi Konvensional). *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 1(1), 40–67. <https://doi.org/10.33650/profit.v1i1.316>
- Swartz, N. P., & Coetzer, P. (2016). Takaful: An Islamic insurance instrument. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 2(10), 333–339.
- Swastha, B. (2017). Pengantar Bisnis Modern. In *Edisi ketiga*. Liberty Yogyakarta.
- Tarmizi, E. (2017). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. PT. Berkah Mulia Insani.
- Tila, L., Mukhsinun, M., & Fursotun, U. (2019). DASAR HUKUM DAN PRINSIP ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA. *JURNAL LABATILA*, 2(01), 53–73. <https://doi.org/10.33507/lab.v2i01.107>
- Tjiptono Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (Vol. 14, Nomor 3).

- Ulber, S. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Refika Aditama.
- Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, M. D. H. (2017). *Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. BPFE.
- Wiroso. (2016). *Produk Perbankan Syariah*. LPFE.
- Yakin, I. A. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim Dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. *TSARWAH (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 1(No. 2), 99–110.
- Yohanes de Britto, D. N. (2021). *AGAMA PENDUDUK DKI JAKARTA TAHUN 2020*. Statistik.jakarta.go.id. <https://statistik.jakarta.go.id/agama-penduduk-dki-jakarta-tahun-2020/#:~:text=DKI Jakarta sendiri terdapat 11.196,84%25 penduduknya menganut agama Islam.>
- Yupitri Evi, R. L. S. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1, 46–60.