

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alexander, T., & Risal, A. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(2), 118–130. <https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/1886><https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/1886/1397>
- Amalia, R., & Setyono, J. (2023). *Determinants Of Hajj Saving Intention At Bank Syariah Indonesia*. 4(1), 35–50.
- Ameer, I. A. (2013). Satisfaction- A Behavioral Perspective On Consumer: Review, Criticism And Contribution. *International Journal Of Research Studies In Management*, 3(1), 75–82. <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2013.406>
- Andriana, N. (2020). Kepatuhan Bendahara Desa Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Dalam Prespektif Teori Planned Behavior. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 3(2), 20–28. <https://doi.org/10.31092/jpi.v3i2.737>
- Anjarwati Nella B, Ridwan Mohammad S, & Retnaningsih W. (2019). Brand Image, Co Branding, Customer Satisfaction Influences Toward Purchase Intention Of Hajj Bailout Multipurpose By Perceived Value And Brand Preference Variables As Intervening Variables In People Credit Bank Jombang. *Archives Of Business Research*, 7(7). <https://doi.org/10.14738/abr.77.6832>
- Annisa, L., Sari, N., & Eka Nurlina. (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *J-Ebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 6, 124–141.

<https://doi.org/10.32505/J-Ebis.V6i2.3549>

- Bayu, T. B., & Ulya, H. N. (2023). Minat Nasabah Pasar Banaran Terhadap Produk Tabungan Haji Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukowati Sragen. *Jurnal Perbankan Syariah, Vol. 4, No. 1.*
- Benu, F. L., & Benu, A. S. (2019). *Metodologi Komunikasi, Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya* (B. K (Ed.); Jakarta).
- Brand, T. (2023). *Komparasi Brand Index. Top Brand.* [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?Id\\_Award=1&Id\\_Kategori=7&Id\\_Subkategori=213award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?Id\\_Award=1&Id\\_Kategori=7&Id\\_Subkategori=213](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?Id_Award=1&Id_Kategori=7&Id_Subkategori=213award.com/komparasi_brand/bandingkan?Id_Award=1&Id_Kategori=7&Id_Subkategori=213)
- Chee Seng, L., & Sook Ping, N. (2016). The Influence Of Product Innovation Toward Consumer Purchase Intention. *International Journal Of Economics, Commerce And Management, 4(4), 773–782.* <http://ijecm.co.uk/>
- Crow. (1973). *An Outline Of Psychology.* Pt Bina Ilmu.
- D.A, A. (2013). Perilaku Seksual Remaja Dan Faktor Determinannya Di Sma Sekota Semarang. *Jurnal Unnes, 36–39.*
- Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung Pada Pt . Bank Mandiri (Persero), Tbk. Kanwil Regional X Sulawesi Dan Maluku. *Seiko: Journal Pf Management & Business, 3(3), 69–70.* <https://www.journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/727/434>
- Darwis Harahap, Ibrahim Siregar, & Ahmad Afandi. (2023). Intention To Save Hajj At Indonesian Sharia Bank: A Study Based On Theory Of Planned Behavior. *Journal Of Namibian Studies : History Politics Culture, 33, 1549–1559.* <https://doi.org/10.59670/Jns.V33i.579>
- Darwis Tamba, Se, M. S. (2011). *Aplikasi Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus: Mahasiswa Fe- Unika Santo Thomas Su). 1, 1–14.*
- Daulay, A. N. (2017). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan

- Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4, 105–136.
- Davis, D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models. *Management Science. Informs Pubsonline*, 982–1003.  
<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dr. Duryadi, M. S. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Smartpls*.
- Erlina, R. (2021). Faktor-Faktor Yangmempengaruhi Minat Nasabah Dalammemilih Produk Tabungan Haji Di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Kementerian Agama Kabupaten Kuantan Singingi Rosa. *Juhan Perak*, 1118–1131.
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22.  
<https://doi.org/10.32507/Ajei.V11i1.506>
- Fathudin, Muhajir, & Inayah, A. U. (2021). Fakor Pelayanan, Promosi Dan Reputasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bri Syariah Kcp Magelang. *Al-Bayan: Hukm Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 2746–6469.
- Fitrotillah, N. (2021). *The Effect Of Religiousity, Promotion, And Bank Reputation On The Interest In Saving In Islamic Banks*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gora, W., & Sunarto. (2010). *Pakematik : Strategi Pembelajaran Inovatif Berbasis Tik*. Elex Media Komputindo.
- Gracia, M. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Kembali Konsumen Go Food Jakarta. *Nstitut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (N.D.). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Sage Publication*.

- <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Haryono, G., & Albetris, A. (2023). Role Of Brand Image Mediation On Consumer Interest In Choosing Umrah And Hajj Services In The New Normal Era. *Journal Of Business Studies And Mangement Review*, 6(2), 169–181. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v6i2.25397>
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Husnul, Ibnatur, N. R., Prasetya, Rima, E., Ajimat, Purnomo, & Ike, L. (2020). *Statistik Deskriptif*. Unpa Press.
- Jalaluddin. (2009). *Psikologi Agama*. Rajawali Press.
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Komariah, T., & Ahmadun. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Koperasi Bangun Sejahtera Ditjen Kuathan Kemhan Ri Jakarta Pusat). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 8(2), 491–497.
- Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Pt. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *A Framework For Marketing Management, 6th Edition*. Pearson Education : Boston., 2016.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Jilid Kedu). Erlangga.
- Kotler Philip, & Susanto A.B. (2000). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kurniawan, Widhi, A., & Puspitanintyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Lestari, R., & Purwati. (2002). Hubungan Antara Religiositas Dengan Tingkah Laku Koping. *Indigenous, Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, 6, 52–58.
- M. Quraish Shihab. (2006). *Menabur Pesan Ilahi : Al-Qur'an Dan Dinamika Kehidupan Masyarakat*. Lentera Hati.
- Mangunwijaya. (1991). *Sastra Dan Religiositas*. Kanisius.

- Mardhiyaturrositaningsih, & Alif, D. M. (2022). Factors Influencing Customers' Decisions To Hajj Saving Products In Bank Syariah Indonesia During The Covid-19 Pandemic. *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2), 103–114. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i2.788>
- Noor, M. (2018). Haji Dan Umrah. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 4(1), 38–42. <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>
- Noor, M. F. (2014). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung*. 127–140.
- Palasari, R. S. (2015). *Pengaruh Ekspor, Impor, Tingkat Inflasi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Tukar Rupiah*. 66–79.
- Pekalongan, K. K. A. K. (2023). *Haji 2023: Rerata Bipih Jemaah 49,8 Juta, Lunas Tunda 2020 Tidak Perlu Nambah*. Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pekalongan. <https://jateng.kemenag.go.id/Berita/Haji-2023-Rerata-Bipih-Jemaah-498-Juta-Lunas-Tunda-2020-Tidak-Perlu-Nambah/>
- Pt Bank Muamalat Indonesia, T. (2022). *Memperkuat Komitmen Pada Tujuan Pembangunan*.
- Putriani, Y. H., & Shofawati, A. (2015). *Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiositas*. 2(7), 570–582.
- Rambe, I. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Jurnal Al-Iqtishad*, 16(1), 18. <https://doi.org/10.24014/jiq.v16i1.9044>
- Ratri, L. E. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Salemba Empat.
- Resty, N. N. H., & Hidayat, A. (2021). Factors Affecting Millennial Customers' Savings Intention In Islamic Banks. *European Journal Of Business And Management Research*, 6(4), 116–122. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.4.949>
- Ri, K. (2023). *Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 189 Tahun 2023 Tentang Kuota Haji Indonesia Tahun 144 Hijriah/2023 Masehi*.
- Rofifah, D. W., Diana, N., & Junaidi. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Haji (Studi Kasus: Bank Muamalat). *Progress In Retinal And Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Saadatirrohmi, S. A., & Riyana, B. (2022). Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Ib Hasanah (Studi Kasus Di Bank Bsi Ex Bni Syariah Kantor Cabang Mataram). ... : *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 19–26.  
<https://Journal.Uinmataram.Ac.Id/Index.Php/Jps/Article/View/5189>
- Santoso, A., Tirta, A., & Ananda, N. A. (2020). *Saving Intention For The Sumbawa Regency Community At Ntb Syariah Bank*. 5(11), 519–526.  
 File:///C:/Users/User/Downloads/Literasi Keuangan Syariah/Jurnal/Internasional/Berpengaruh/Ijisrt20nov406.Pdf
- Septia, S., & Hayati, A. (2023). *Determinasi Minat Generasi Z Terhadap Tabungan Haji*. Xiii(2), 72–85.
- Setyawan, B., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Surat Kabar Harian Suara Merdeka Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 73–81.
- Sharon, F., Meilinda, L., & Iskandar, V. (2018). Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Dan Cafe Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 390–404.  
[Http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Perhotelan/Article/View/7504](http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Perhotelan/Article/View/7504)
- Simamora, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia.
- Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statitik Dasar*. Uki Press.
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American Piety: The Nature Of Religious Commitment*. University Of California Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Ikapi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung). Alfabeta.

- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta 2010.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (2nd Ed.). Ghalia Indonesia.
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre. (2023). The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2023. In *The Royal Islamic Strategic Studies Centre*. <https://themuslim500.com/download/>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Rajawali.
- Wijaya, S. C. R. E. (2017). Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April), 1–20.
- Yaya, Ri., Martawireja, A. E., & Abdurahim, A. (2009). *Akutansi Perbankan Syariah*. Salemba Empat.
- Yulianto, A., Prihartanti, N., & Purwandari, E. (2006). Makna Religiositas Pada Homoseksual. *Indigenous, Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, 8, 21–32.