

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, S. T., & Anwar, S. (2021). Determinan Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Dengan Tingkat Likuiditas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Perbankan Syariah*.
- Anjani, A. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY LIPSTIK REVLON (Studi Kasus Konsumen Lipstik Revlon di Yogyakarta). *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Ariwidodo, B. (2009). STUDI MENGENAI PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENDIDIKAN PASCA SARJANA Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*.
- Ascarya. (2013). *Akad dan Produk bank syariah*. PT RajaGrafindo Persada.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, R., & Alfarizky, A. (2020). Effect of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty in Yamaha Products (Case Study of Students of Muhammadiyah University North Sumatera). *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiositas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*.
- Berry, L. (2000). Cultivating Service Brand Equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen: Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: ALFABETA.

Muhammad Hafidz Irsyad Surahman, 2024

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIOSITAS, DAN KEPERCAYAAN PADA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Fithri Tyas Hapsari, I. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Al-Muzara'ah*.
- Fitriana, E., & Oetomo, H. W. (2016). PENGARUH NPF, CAR, DAN EVA TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN PERBANKAN SYARIAH DI BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamaludin, N. (2013). Religion and Individual Investment Choice Decision: The Case of Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13. Terjemahan oleh Benyamin*. Jakarta: PT Indeks.
- Lemeshow, S. (1997). *Adequacy of sample size in health studies*. World Health Organization.
- Mawaddah, N. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS BANK SYARIAH. *Etikonomi*.
- Muhammad Zuhirsyan, N. (2018). Pengaruh Religiositas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah . *Al-Amwal*.
- Musfiqoh, S. (2011). Kilas Balik Ekonomi Islam di Indonesia. *Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Nanda, T. S., Ayumiati, & Wahyu, R. (2019). *TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH: STUDI PADA MASYARAKAT KOTA BANDA ACEH*. Banda Aceh: Global Journal of Islamic Banking and Finance.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017, April). Retrieved from <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, April). *Literasi Keuangan*. Retrieved from Konsumen: <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Pakkawaru, I. (2018). Pengaruh Tingkat Religiositas, Kualitas Layanan, Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bilancia*.
- Priyatno. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Puspitasari, D., & Syafarudin, A. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK PERUSAHAAN PEMBIAYAAN DENGAN PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS DI PERUMAHAN JATINEGARA INDAH KECAMATAN CAKUNG). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Rachmatulloh. (2020). Pengaruh literasi keuangan syariah, religiositas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah: Studi pada generasi milenial di Indonesia. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Shobah, N. (2017). Analisis Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Jasa Perbankan. *Digital Library UIN*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Yulianto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah.