

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 11(2), 191. <https://doi.org/10.23917/jep.v11i2.324>
- Akbar, A. B. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)*. 05(02), 702–708.
- Amalia, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Prosedur dan Pelayanan Terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 8(1), 75–85.
- Amelia, R., & Wibowo, D. (2020). *Analysis of Public Interest in Sharia Investing Through Financial Technology Companies*. 151(Icmae), 388–392. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.089>
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 43–57.
- Andrianto. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Qiara Media.
- Andrianto, Fatihudin, D., & Frimansyah., M. A. (2019). *Manajemen Bank*. UPP STIM YKPM. <http://www.qiaramediapartner.blogspot.com>
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2020). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI FASILITASI PIHAK EKSTERNAL DAN POTENSI INTERNAL (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Anshori, M., & Tachiyat. (2025). Analysis of the Performance of Islamic Commercial Banks in Indonesia in2021-2023 (Maqashid Sharia Index and Islamicity Performance Index Approach). *International Journal of Islamic Finance*, 3(1), 16–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/ijif.v3i1.2320>
- Arbi, S. (2013). *Lembaga Perbankan dan Pembiayaan*. BPFE.

- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bakhtiar, A. (2013). *Filsafat Ilmu*. Rajawali Pers.
- Bank Indonesia. (2023). *Profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang Layak dibiayai Perbankan*. <https://www.bi.go.id/Id/Umkm/Database/Umkm-Layak-Dibiayai.aspx>. <https://www.bi.go.id/id/umkm/database/umkm-layak-dibiayai.aspx>
- Bappenas. (2021). *Rencana pembangunan jangka menengah nasional (RPJMN) 2020–2024: Buku II agenda pembangunan ekonomi*. <https://bappenas.go.id>
- Baridwan, Z. (2000). *Intermediate Accounting*. BPFE-Yogyakarta.
- Christanti, E. H., Wulandari, D., Narmaditya, B. S., & Utomo, S. H. (2017). *FACTORS INFLUENCING CUSTOMERS IN USING ISLAMIC BANKING SERVICE*. November, 24–25.
- Crow, A., & Crow, L. (1989). *Psychologi Pendidikan (Alih Bahasa)*. Nur Cahaya.
- Engku Hassan Ashari, E. H. M., Abdul Rahman, A., & Indriani, A. (2024). Sustainable Finance and Fintech: SMEs' Behavioural Intention towards Islamic Crowdfunding. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 9(27), 63–70. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v9i27.5560>
- Fauzi, R. U. A., Ahmad, A., Niam, Z. B., Idris, I., & Ningrum, I. I. P. (2022). The Effect of Religiosity, Profit Loss And Sharing on Consumer Trust and Intention to Financing in Islamic Bank. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 21. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.3211>
- Fitriani, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 25–34.
- Gaspersz, V. (2020). *Manajemen Proyek dan Proses Bisnis: Konsep dan Aplikasi Lean Six Sigma untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F. (2018). *Senarai Penelitian Pendidikan Hukum Dan Ekonomi*. Depublish. <https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=hFhVDwAAQB>

AJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA170%5C&dq=hukum+pendidikan%5C&ots=OTfvij3FQ0%5C&sig=e9W_J0KjIyxYn70HQ05G_XFri-g

- Hakim, I. A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mengajukan Pembiayaan di Bank Syariah Kota Malang*.
- Hakim, L., & Wibowo, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 5(2), 112–121.
- Harsono, B. (2014). *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Dan Kelas Dunia Melalui UMKM*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, R., & Firmansyah, A. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 134–144.
- Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Contemporary Sociology* (Vol. 6, Issue 2). MA: Addison-Wesley. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Hosen, M. N., Jie, F., Muhari, S., & Khairman, M. (2019). The Effect of Financial Ratios, Maqasid Sharia Index, and Index of Islamic Social Reporting to Profitability of Islamic Bank in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 11(2), 201–222. <https://doi.org/10.15408/aiq.v11i2.11588>
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014a). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014b). *Mengelola Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Jasfar, F. (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, cetakan pertama. In *Penerbit Ghalia*. Ghalia.
- Kadin Indonesia. (2023). *Data dan Statistik UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- KEMENKOPUKM. (2021). *Ini Prioritas Program Kemenkop UKM Di Tahun 2022*. <https://kemenkopukm.go.id/read/ini-prioritas-program-kemenkop-ukm-di-tahun-2022>

- KEMENKOPUKM. (2023). *Laporan tahunan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Lumenta, N. A. (2001). Pedoman Penyusunan SOP Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 2(4).
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. *Journal of Marketing*, 57.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Muhamad. (2000). *Lembaga-lembaga keuangan umat kontemporer*. UII Press.
- Muthoifin, M., Marshal, F. D., Andri, N. A. N., Hakim, L., Heravi, S. J. U. D., Zinah, M. M., & Saib, A. (2025). Islamic Banking: A Comprehensive Review of the Definition, Strategy, Legal Framework, and Practice of Contracts in the Modern Financial System. *SDGs Review*, 5(1), 1–23.
- Narko. (2003). *Sistem Akuntansi*. Yayasan Pustaka Nusatama.
- Nitisusanto, & Mulyadi. (2013). *Prilaku konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. CV. Alfabeta.
- Nurhayati, T., & Anwar, Y. (2019). Edukasi Keuangan Syariah dan Preferensi Masyarakat terhadap Produk Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Dan Bisnis*, 7(2), 102–111.
- Nurlina, N., Kurniati, K., & Gassing, Q. (2024). Bunga vs Bagi Hasil: Solusi Syari'ah dalam Membangun Ekonomi Berkeadilan. *Jurnal Tana Mana*, 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.33648/jtm.v5i3.772>
- Oktarini, D. P., Putri, J. S., & Nurhidayah, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan, dan Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja UMKM di Kota Batu Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Manajemen*.
- POJK No. 2/POJK.03/2022 tentang Penilaian Kualitas Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, Pub. L. No. 2 Tahun 2022 (2022).

- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/227325/pojk-2-pojk.03-2022>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Strategy for Strengthening Sharia Banking Support for the Halal Industry in Indonesia: SWOT Analysis*.
- Pasaribu, L. O., & Dewi, C. K. (2015). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online: Studi Pada Toko Online Zalora*. 2.
- Permana, N. A. D., Mulyadi, A., & Muntashofi, B. (2024). Pengaruh lingkungan sosial dan minat belajar terhadap hasil belajar mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi. *Fineteach: Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*.
- Peter, P. J., & Olsen, J. C. (1999). Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In *Salemba Empat*. Erlangga.
- Prasetyo, H., & Ramadhani, R. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelaku UMKM Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 9(1), 45–53.
- Purwaningsih, D. W. (2023). Pengaruh Social Environment, Religiosity dan Sharia Financial Knowledge Terhadap Minat Menggunakan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Wonogiri). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2364. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8982>
- Putri, L. M., & Santosa, P. W. (2020). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Keuangan Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 7(2), 89–97.
- Rahmawati, D. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 9(1), 51–60.
- Renninger, K. A., & Hidi, S. E. (2022). *Interest: A unique affective and cognitive motivational variable that develops* (pp. 179–239). <https://doi.org/10.1016/bs.adms.2021.12.004>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, (1999).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. No. 20 Tahun 2008 (2008).

- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38786/uu-no-20-tahun-2008>
Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, (2019).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, Pub. L. No. PP No. 7 Tahun 2021, Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 19 (2021).
- Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, (2023).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sari, M. I., & Fitria, H. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(2), 101–110.
- Sedarmayanti, H., & Hidayat, S. (2015). *Metodelogi Penelitian*. Mandar Maju.
- Shaleh, A. rahmat & wahab M. abdul. (2004). Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam. In *Jakarta : Kencana*. Kencana.
<https://onsearch.id/Record/IOS13488.NADAR-06090000009370>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitf, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis (10th ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunariyah, K. (2013). *Metodologi Penelitian*. Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS.
- Suryadi, R., & Fathurrahman, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Petani dalam Menggunakan Pembiayaan As-Salam Pada Perbankan Syariah. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 3(1).
<https://doi.org/10.18196/jeress.030103>
- Sutrisno, E. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenadamedia Group.
- Syahriyatul Muharromah, Huda, N., Muslikh, M., & Rini, N. (2021). Factors That Influence Public Interest In Choosing Islamic Bank Financing Products. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 17(1), 53–66.
<https://doi.org/10.33830/jom.v17i1.1085.2021>

- Syamsudin, M. (2011). *Hak Dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha* (Issue September).
- Tarvi, A., Fajri, M., & Syahputra, R. (2019). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Religiusitas Terhadap Persepsi Masyarakat Terhadap Pembiayaan Murabahah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam (JIMEKI)*, 4(3), 154–163. <https://jim.usk.ac.id/EKI/article/view/13432>
- Wijayanti, S., & Kurniawan, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 7(1), 58–66.
- World Bank. (2022). *Indonesia economic prospects: Boosting the recovery*. <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/publication/indonesia-economic-prospects>
- Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. (2018). ANALISIS FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(August 2014), 1–12.
- Zulfaka, A., & Kassim, S. (2025). Behavioral Analysis Behind the Intention to Adopt Islamic Financial Products and Services in Malaysia: Underpinning Social Cognitive Theory. *International Journal of Islamic Finance*, 3(1), 42–62. <https://doi.org/10.14421/ijif.v3i1.2335>
- Zulfikar, A., & Lestari, M. (2022). Literasi Keuangan Syariah dan Minat UMKM Menggunakan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, 10(2), 110–120.