

## DAFTAR PUSTAKA

Achmat, Zakarija. "Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan" (2010): 1–26.

Agung, Anak Agung Putu. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.

Ajzen, Icek. "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions." *Rivista di Economia Agraria* 70, no. 2 (2015): 121–138.

———. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (1991): 179–211.

Amelia, Meirina Resti, Farida Indriani, and Mudiantono. "Pengaruh Word Of Mouth Dan Sales Promotion Terhadap Brand Attitude Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Menabung Dengan Tabungan Bima (Survei Di PT BPD Jawa Tengah Cabang Salatiga)" (2017).

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.

Casriyanti. "Pengaruh Religiusitas , Consumer Knowledge Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah." *Tasyri': Jurnal Mu'amalah dan Ekonomi Syari'ah* Vol. 2, no. 1 (2020): 52–70.

Desiana, D., Dewi Susilowati, and Nегina Kencono Putri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan

Syariah Di Kota Tasikmalaya.” *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* Vol. 11, no. 1 (2018): 23–34.

Dewi, Celya Candra. “Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang).” UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Fauzi, Anwar, Rukmini, and Sari Wulandari. “PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT . KEDAUNG MEDAN INDUSTRIAL LTD.” *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2020): 1–13.

Hasan, Ali. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2010.

Hasibuan, Abdul Naser Annam, Rahmad, and Nofinawati. *Audit Bank Syariah*. Jakarta: Kencana, 2020.

Indonesia, Bank Muamalat. *Laporan Tahunan*, 2019.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2016.

Joesyiana, Kiki. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau).” *Jurnal Valuta* Vol. 4, no. 1 (2018): 71–85.

Keuangan, Otoritas Jasa. “Statistik Perbankan Syariah.” Last modified 2020.

Accessed March 17, 2021. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2020.aspx>.

Latief, Rusman. *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018.

Mahyarni. "Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)." *Jurnal El-Riyasah* (2013): 13–23. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/13>.

Maulana, Fajar Rezky, Nevi Hasnita, and Evriyenni. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah." *Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2020): 124–137.

Muamalat, Bank. "Profil Bank Muamalat." Accessed March 27, 2021. <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>.

———. "Visi Dan Misi."

Nurlatifah, Syifa Zakia, and R. Masykur. "Jurnal Manajemen Indonesia." *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol. 17, no. 3 (2017): 166.

Nurmaeni, Rokhmania, Siti Hasanah, and Mustika Widowati. "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)." *Jurnal Tabarru' : Islamic*

*Banking and Finance* Vol. 3, no. 2 (2020): 303–312.

Prastiwi, Iin Emy. “Pengaruh Persepsi Anggota Pada Sharia Compliance, Komitmen Agama Dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer’s Trust Yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 4, no. 01 (2018): 28–40.

Rachmawati, Afrian. “Pengaruh Religiusitas , Consumer Knowledge Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 5, no. 1 (2020): 1–20.

Rudini, Dede. “Analisis Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Deposito IB Muamalat (Studi Kasus Kantor Pusat PT. Bank Muamalat Indonesia).” UIN Syarif Hidayatullah, 2019.

Sanjaya, Ridwan, and Josua Tarigan. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.

Saputra, I Wayan Gede, and Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari. “Pengaruh Desain Produk , Kualitas Pelayanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Pada Yanyan.” *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 1, no. 2 (2021): 664–676.

Soemitra, Andri. *Masa Depan Pasar Modal Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2014.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sujarweni, V. Miratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress, 2020.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011.
- Tamba, Darwis. “Aplikasi Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus: Mahasiswa FE-Unika Santo Thomas SU).” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2019): 115–141.
- Usvita, Mega. “Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat.” *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Vol. 9, no. No. 1 (2021): 47–53.
- Veny, Puspita. “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu.” *Creative Research Management Journal* Vol. 3, no. 1 (2020): 41–50.
- Wikamorys, Dian Anggraini, and Thinni Nurul Rochmach. “Aplikasi Theory of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan

Operasi Katarak.” *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia* Vol. 5, no. No. 1 (2017): 32–40.

Yasri, Yunita Engriani, and Melyawati Fitri. “Pengaruh Word Of Mouth Dan Periklanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang.” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* Vol. 6, no. 1 (2017): 31–46.

Zamroni, and Wahibur Rokhman. “Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4, no. 1 (2016): 97–113.

Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda. “Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah.” *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari’ah* Vol. 10, no. 1 (2018): 48–62.