

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran:, 2 : 275.
- 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.
- Chomsiah, Nurul. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek. Skripsi.
- Danar, Deny. (2012). Pengaruh Iklan dengan Epic Model pada Media Televisi terhadap Sikap Penonton. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*. No 6.
- Daud, D. (2013). Promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Dharmmesta, B. S. (1992). Riset Tentang Minat Dan Perilaku Konsumen: Sebuah Catatan Dan Tantangan Bagi Peneliti Yang Mengacu Pada" Theory Of Reasoned Action". *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)*, 7(1), 39-53.
- Dr, P. (2008). Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta, Bandung, 25.
- Eka Dyah Setyaningsih (2014) "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada Bank BNI," 124.
- Ghozali, Imam. 2013. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisma: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Hayat, A. W. M. (2012). Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro ouval research di Buah Batu Bandung. *Jurnal UNIKOM*, 1(1).

- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek*.
- M. Quraish Shihab. (2002) *Tafsir Al-Misbah : Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Quran*. Jakarta : Lentera. 288-292
- Masyarakat belintang pengguna bank konvensional, 5 Maret 2022
- Nasution, M. H., & Sutisna, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 62-73.
- Nurchayani, Made. (2016). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol 5 No 1, (ISSN: 2302-8912).
- Nurhayati, Siti. 2020. Penanganan Keluhan dan Corporate Image terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. (Salatiga: IAIN Salatiga)
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 10(1), 177-187.
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. S. (2018). Pengaruh Pelayanan Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 157-172.
- Rachmawati, Afrian dan Gusti Oka Widana,(2019), “Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah,” *Jurnal Liquidity*, 2, 116.
- Samsuri, T. (2003). *Kajian, Teori, Kerangka Konsep dan Hipotesis dalam Penelitian*.
- Sanjaya, S. (2017). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.

- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen serta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*, 26-33.
- Suharyadi dan Purwanto, (2009), *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat), hlm. 217.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Wawancara dengan masyarakat Belitang, 8 Maret 2022
- Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 1(1).
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1), 48-62.

WEBSITE

<http://www.ojk.go.id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/prinsip-dan-konsep-PB-syariah.aspx> (Diakses pada tanggal 27 Maret 2022 Pukul 08.25)

<http://www.okutimur.go.id/agama>

<https://www.banksumselbabel.com/syariah/TentangKami?ID=2>