

DAFTAR PUSTAKA

- Annajah, U., & Falal, N. (2016). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Motivasi Berprestasi Anak Panti Asuhan Nurul Haq Yogyakarta. *Jurnal Hisbah*, 13(1), 102-115.
- Arifin, M. J. (2021). Strategi Islamic Branding dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 8(1), 67-83.
- Amirulloh, A. I. (2015). *PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENYEDEKAHKAN BARANG BEKAS BERKUALITAS (BARBEKU) YAYASAN NURUL HAYAT SURABAYA* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- daniel, t. t. (2014). *jurnal stie ama salatiga*, 116
- Dedhy pradana, “ pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian mobil. *Jurnal feb unmul . vol 14 no 1 2017*. Hal 18
- eko, y. (2011). *jurnal wira ekonomi mikroskil*, 22.
- Fitriani, R. (2021). *PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA (Suatu Penelitian Terhadap Karyawan Non-Manager PT. Sinar Sosro Kantor Cabang Tasikmalaya)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SILIWANGI).
- Goleman, D., & Hermaya, T. (2002). Emotional Intelligence (Kecerdasan emosional): Mengapa EI lebih penting daripada IQ.
- Munajim, A., & Anwar, S. (2016). Faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi

nasabah bank syariah. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(2).

Metra, R. Y., Miswardi, M., Dewi, Y. A., & Nasfi, N. (2020). PENGARUH EMOSIONAL, RASIONAL KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BERTRANSAKSI DENGAN BANK MUAMALAT. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 357-364.

Metra, R. Y., Miswardi, M., Dewi, Y. A., & Nasfi, N. (2020). PENGARUH EMOSIONAL, RASIONAL KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BERTRANSAKSI DENGAN BANK MUAMALAT. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 357-364.

Notoatmodjo, S. (2003). Pendidikan dan perilaku kesehatan

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. *Jakarta: Salemba Empat*.

Putra, Z. N. T., & Thamrin, H. (2022). PROBLEMATIKA DAN DINAMIKA PERBANKAN SYARIAH DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1),

Rifqi Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.

Robbins, S. (2015). Perilaku Organisasi, Edisi 16. Jakarta Salemba Empat.

Samuelson, Paul. 1945. Founder Of Modern Economic.

sparta. (2008). *jurnal ekonomi*, 356.

Satiyono, D., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Individual, Faktor Sosial, dan Faktor Utama Dalam Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Pada Staf Kantor PT. Sinar Pantja Djaja Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1).

Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2014). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial,

- faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(2).
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2019). Manajemen Kinerja; Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kinerja.
- Sabrina, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy. *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 114-120.
- Sugiono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Alfabeta, CV.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48-62.
- Kalsum, S. U. (2019). *ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP. Boyolali)* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Kurniawati, I. (2017). Analisis pengaruh kompensasi dan komitmen terhadap disiplin kerja pada karyawan BNI Syariah Cabang surakarta . 3.
- Veterinawati, D. (2013). Pengaruh faktor sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian Blackberry di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 746-759.
- Yoesmanam, I. C. (2015). Pengaruh pengetahuan produk dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik organik. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 134-142.

- Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1(1), 21-30.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114-130.