

DAFTAR PUSTAKA

- Ajefri, Feska. “Efektifitas Kepemimpinan Dalam Manajemen Berbasis Madrasah.” *Jurnal Kependidikan Islam* 7, no. 2 (2017): 100–119.
- Ali Hasan, S.E.M.M. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Media Pressindo, 2010.
- Amirah, Tsabitah Nada, and Muhammad Iqbal Fasa. “Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2023): 39–58.
- Annisa, Muhammad Zuhirsyan, and Muslim Marpaung. “Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk BNI Syariah Medan.” *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)* 1, no. 1 (2020): 15–24.
- Aryanti. “Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Bagi Hasil, FDR, NPF, Dan Jumlah Kantor Terhadap Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia.” *Prisma (Platfrom Riset Mahasiswa Akuntansi)* 01, no. 04 (2020): 88–98.
- Azlina, Nur, and Noratika Noratika. “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Mahasiswa Himpunan Mahasiswa Kecamatan Bantan Memilih Bank Syariah.” *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 1 (2022): 45.
- BD, Prasetyo. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press, 2018.
- Casriyanti. “Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Casriyanti Sekolah Tinggi Agama Islam Pangeran Dharma Kusuma Segeran Indramayu.” *Jurnal Mu’amalah Dan Ekonomi Syari’ah* 2, no. 1 (2020): 52–70.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia, 2021.
- Delia, Delia, and Solihin Sidik. “Pengaruh Economic Value Added Dan Market Value Added Terhadap Return Saham.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2022, 444.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E.M.M. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Perilaku Konsumen. Prenada Media, 2019.
- Dwijowijoto, R N. *Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, Dan Evaluasi*. Elex Media Komputindo, 2003.
- Dyah Nirmala Arum Janir, S.E., M.Si. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang University Press, 2012.

- Firdaus, Muhammad. *Konsep Dan Implementasi Bank Syariah*. Banjarmasin: Renaisan, 2007.
- Fissilmi, Naili, and Joko Riyanto. "The Effect of Brand Image and Word of Mouth on the Decision to Be a Customer of BTN Syariah Semarang." *Untag Business and Accounting Review* 1, no. 1 (2022): 34–42.
- Goyette, Isabelle, Line Ricard, Jasmin Bergeron, and Fancois Marticotte. "E-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context." *Canadian Journal of Administrative Sciences* 27, no. 1 (2010): 5–23.
- Grace, Debra, and Aron O’Cass. "Brand Associations: Looking through the Eye of the Beholder." *Qualitative Market Research: An International Journal* 5, no. 2 (January 1, 2002): 96–111.
- Hernaeny Ul’fah, Dkk. *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Iwan Hermawan, S.A.M.P.I. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran, 2019.
- Juliandi, Azuar, Irfan Irfan, and Saprinan Manurung. "Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri." *Metodologi Penelitian Bisnis*, 2014.
- Kadarisman, Haris, and Nafiah Ariyani. "Hubungan E-Word of Mouth Dan Citra Merk Dengan Minat Membeli Pada Perbankan Syariah Di Indonesia." *Management & Accounting Expose* 1, no. 2 (2021): 1–11.
- Kaja, S.S.M.S., and S.S.M.P. Andriyanto. *Pengambilan Keputusan Suatu Tindakan Dan Solusi*. Penerbit Lakeisha, 2022.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Bandung: Pearson Education, 2005.
- Larasati, Sindi, and Alini Gilang. "Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi)." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 5, no. 3 (2016): 200.
- Latief, R, and M S Cendekia. *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Latief, Rusman. *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Jakarta Selatan: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Lufna Salsabila, Thalia, and Sylvia Rozza. "Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah." *Prosiding SNAM PNJ* 3 (2022): 2022.
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, Dan Tira, and Nur Fitria. "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 01, no. 02 (2015):

75–87.

- Mohamad Mustari, Ph.D. M. Taufiq Rahman, Ph.D. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2012.
- Munandar, Fuadi. “Pengaruh Awareness Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada BNI Syariah Lhokseumawe Dengan Media Communication sebagai Pemoderasi.” *Urnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi* 4, no. 2 (2020): 105–13.
- Muttalib, Abdul. “Tingkat Pemahaman Guru Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) Terhadap Produk Pembiayaan Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Guru SMP Di Kota Mataram).” *JUPE (Jurnal Pendidikan Mandala)* 53, no. 1 (2018): 1–8.
- Nugraha, J P, D Alfiah, G Sinulingga, U Rojiati, G Saloom, R Johannes, and M H Batin. *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM, 2021.
- Oktiani, Asri, and Rozy Khadafi. “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 1, no. 2 (2018): 269–82.
- Onong Uchjana, Effendi. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Jakarta Barat: Bandung PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Pandeirot, Inneke Jelly. “JPengaruh Trust In A Brand, Product Diversification Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Membeli Produk Wealth Management BNI Kanwil Manado.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 6, no. 3 (2018): 311–24.
- Panjaitan, Dedy Juliandri, and Muslim. “Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan.” *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian* 1, no. 1 (2018): 38–45.
- Pratama, Arga Naafi, and Kristina Anindita Hayuningtias. “Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy.” *Jurnal Mirai Manajemen* 7, no. 1 (2022): 425–36.
- Purwanto, Edi, July Deviny, and Ahmed M. Mutahar. “The Mediating Role of Trust in the Relationship between Corporate Image, Security, Word of Mouth and Loyalty in M-Banking Using among the Millennial Generation in Indonesia.” *Management and Marketing* 15, no. 2 (2020): 255–74.
- Purwanto, Nfn. “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan.” *Jurnal Teknodik* 6115 (2019): 196–215.
- Puspita, Veny. “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Bri Cabang S. Parman Bengkulu.” *Creative Research Management Journal* 3, no. 1 (2020): 41.
- Putri, D E, A Sudirman, A D Suganda, R D Kartika, E Martini, H Susilowati, A F M

- Trenggana, R Zulfikar, and T Handayani. *BRAND MARKETING*. Penerbit Widina, 2021.
- Rahayu, Sri, Zuhriyah, and Silvia Bonita. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 13, no. 3 (2015): 283–98.
- Ramadhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Rofi’ah, Nailur., Moch. Abdul Kodir, and Moch. Muslikh. “The Analysis Of the Effect Of Brand Image, Service Performance, Portfolio Service, and Physical Evidences Towards Customers Satisfaction Of ‘BTN Batara’ Savings Account at PT Bank Tabungan Negara (Pesero) Tbk, Semarang Branch Office.” *Keunis Majalah Ilmiah* 8, no. 2 (2020): 147–66.
- Safitri, Natalina Wahyu, Alwi Suddin, and Erni Widajanti. “Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan media Communication terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* 14 (2020): 35–47.
- Salam, Fitri Yana, and Rafika Rahmawati. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank Bri Syariah Kcp Cileungsi.” *Paradigma* 17, no. 1 (2020): 38–58..
- Salamah, Ismi, and Ajat Sudrajat. “Pengaruh Word Of Mouth Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bank Bni Unit Jalan Baru Kabupaten Karawang.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 4, no. 2 (2021): 864–70.
- Saparso, Soegeng Wahyoedi, and Santoso. “The Role Of Brand Image In Mediating Service Quality And Promotion Towards Decisions To Buy Car On Credit In The Covid-19 Period (Study Case At Pt Maybank Indonesia Finance Dki Jakarta And Tangerang Branch).” *International Journal of Science, Technology & Management* 2, no. 5 (2021): 1907–17.
- Saputri, M E, I M Darsana, L T Harinie, F Yanto, I Yuswono, M Haldy, R U Nugrahani, and H Hanafiah. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Sari, Anisa Kurnia. “Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2013): 285–96.
- Simamora, B. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Siyoto, S, and M A Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015.
- Suparyanto dan Rosad. *Perilaku Konsumen. Suparyanto Dan Rosad*. Vol. 5, 2020.
- Suprpto, Haddy. “The Influence Of Word Of Mouth And Brand Image On Credit Decision Making On Business Credit Debtors BNI Magelang.” *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 1, no. 8 (2021): 17–25.

- Sutrisno, Nuno, and Satria Nurrahmat. "Pengaruh Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dalam Industri Perbankan Syariah." *Media Bisnis* 12, no. 1 (2021): 89–100.
- Swadaya, Niaga. *Membangun Usaha Menjadi Besar*. Niaga Swadaya, n.d.
- Syaekhu, A. *Teori Pengambilan Keputusan*. Zahir Publishing, n.d.
- Wardana, D. "Pengaruh Kepribadian Konsumen Pada Pilihan Merek Sebagai Konsep Diri Pada Kategori Produk." *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET* 13, no. 1 (2011): 21–35.
- Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*, 2007.