

## DAFTAR PUSTAKA

- Africano, F. 2020. *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Palembang: Rafah Press, hlm 91.
- Aisyah. 2020. *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*. (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah). hal. 36.
- Almaidah, Siti. 2019. “Efek Mediasi Kepercayaan Dalam Pola Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth, dan Minat Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Jateng Kantor Cabang Pembantu Simo Boyolali)”. Riset Manajemen Dan Akuntansi. Volume 10 Nomor 1, hlm 3.
- Baron, R. M & Kenny, D. A. 1986. “*The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations*”. Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. American Psychological Association, Inc.
- Batin, H.M. 2019. “Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden FatahPalembang”. MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance Vol. 3 No.1.
- Caroline, C.C. & T.D. Hastuti. 2021. “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM”. Jurnal KEUNIS (Keuangan dan Bisnis). Vol. 9, No. 2, hlm 162.
- Casriyanti. 2020.” 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.
- Dafiq, B.I., A.N. Hidayati & M.A. Fuadilah Habib. 2022. “Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah”. air Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. Volume 4, No.11.
- Fahlevi, P. & Athanasia O.P.D. 2019. “Analisis Aplikasi iJateng dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). Jurnal Ilmu Perpustakaa. Vol. 8(2), hlm 108.

- Faizah, N. 2022. *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia KC Jember*. (Skripsi Sarjana, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq), hlm 44-45.
- Febriyanti, N.L. 2021. *Pengaruh Lifestyle, Religiusitas, dan Corporate Image Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. (Skripsi Sarjana, Salatiga : IAIN Salatiga), hlm 95.
- Firmanda, A.F. & F. Lukiasuti. 2021. "Analisis Peran Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Didital Marketing dan brand Loyalty Pada Bank Jateng Cabang Wonosobo". *Jurnal Among Makarti* Vol.14(2),hal.30.
- Firmansyah, A.F. 2019. "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah". *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2(3), hlm 17.
- Fuaddiyah, Choirul. 2019. *Pengaruh Minat, Tingkat Religiusitas, Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar*. (Skripsi Sarjan, IAIN Tulungagung), hlm 144.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP, hlm 174.
- Gibtiah, L. Desiana & Aryanti. 2018. "Analisis Moslem Friendly Tourism, Living Cost, Culture dan Kurs Valuta Asing Terhadap Minat Wistawan Muslim dalam Pengambilan Keputusan Untk Berkunjung Ke Jepang". *NURANI*. VOL. 18, NO. 1, hlm 47.
- Hair JR & Joseph F. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. h. 176.
- Hapsoro, S.W. & I.M. Sukresna. 2022. "Pengaruh Rekening Dormant dan Digital Marketing Terhadap Minat Menabung Kembali dengan Mediasi Kepercayaan nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Pati)". *JAP: Jurnal Akuntansi dan Pajak*. Vol. 23(02).
- Hasibuan, F.U. & R. Wahyuni. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)". *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 6(01), hal. 24-25.

- Hasibuan, H.L., S. Siregar & Sugianto. 2022. "Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Pada BSI KC Medan". *Jurnal EKUITAS*. Vol.3 No.3, hlm. 329.
- Imbayani I.G.A., N.W.N. Safitri & N.K. Nopianti. 2023. "Strategi *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada KSP Klenting Amertha Mesari". *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*. Volume 2 Nomor 1, hlm 383.
- Kartika, Candra, dkk. 2019. "Pengaruh Religiusitas, Trust, Corporate Image, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Customer Behavior Intention Menabung dan Customer Loyalty di Bank Syariah Mandiri Jawa Timur". *Jurnal Global*. Vol. 04, No. 01, hal. 42-43.
- Khasanah, C.I. & N.H. Mustofa. 2022. "Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan Dan Brand Image Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Menabung". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI*. Vol. 4 No. 2.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, R.A., S. Rozza & N. Hasanah. 2019. "The Effect Of Corporate Image And Advertising On Hasanah Card On Customer's Decision To Become A Card Holder In BNI Syariah". *Account; Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*. Vol 6 No 2.
- Kuswandarini, K.I. & A.A. Annisa. 2021. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Corporate Image, dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening". *Journal of Management and Digital Business* Vol.1(1), hal.3.
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm 62.
- MiftaQurromah, Y. & E.F. Rafikasari. "Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, dan promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Blitar". *JEPS: Journal of Economics and Policy Studies*. Vol. 02(02), hal. 41.
- Misbahuddin & Iqbal H. 2014. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara, hlm 21.
- Muarif, Farid F.A. & Isnaliana. 2019. "Pengaruh Persepsi Nasabah dan Minat Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Firdaus di Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh". hlm 185.

- Mufraini, M.A. 2013. *Metodologi Penelitian Bidang Studi Ekonomi Islam*. Jakarta: UIN Press. hal 37.
- Mulyanto, Agus. 2021. *Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Kupedes PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Pandaan I – Kantor Cabang Pasuruan)*. (Tesis, Universitas Malang), hlm 101.
- Nasir, Muhammad. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia, hlm 152.
- Nirmala, I.A. & S.R. Rahayu. 2022. “Pengaruh slamic Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance*. Volume 5 Nomor 2, hlm 329.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media group, hlm 265.
- Permata Putri, D.S. & Y.S. Rahayu. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pada Fintech Syariah (Studi Pada Erahn.id)”. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Volume 7, No. 3. hal. 1088-1089.
- Pratiwi, T. 2019. “*Pengaruh Lingkungan Kerja, Etika Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kayuagung*” (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang). hal.37. <http://perpustakaan.ac.id>.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D & Hayes, A. F. 2007. “*Addressing Moderated Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*”. (Multivariate Behavioral Research, 42(1), 185- 227. Lawrence Erlbaum Associates, Inc).
- Putri, R.A. & Hasbullah. 2023. “Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Untuk Menarik Minat Menabung Masyarakat Milenial”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*. Vol. 4, No. 1, hlm 42.
- Rachmawati, A. & G.K. Widana. 2019. “Pengaruh Consumer Knowledge, Brand image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Perbankan Syariah”. *Jurnal Liquidity* Vol. 8(2), hlm 111-123.
- Rizkulillah, C.A. H.S. Devy & V.Y. Pratama. 2022. “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi”. *Jurnal Valuasi*, 2022. Vol.2 no.1, hlm 139.

- Roiysatin & Rida R.N. 2021. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam*". Ad- Diwan: Journal of Islamic Economics. Vol. 1 No. 1.
- Salsabila, S.M. 2022. *Pengaruh Brand Image, Digital Marketing, dan Religiusitas Terhadap Proses Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Tangerang Selatan*. (Skripsi Sarjana, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah). Hal. 85-87.
- Siregar D.L., R.R. Yusran & T. Agustini. 2019. "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota". Jurnal SNISTEK. No.2, hlm 69.
- Subagiyo, R. & A. Budiman. 2019. "Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah". At-Tijaroh : Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 2.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm 61.
- Syahriyal. 2018. "Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh". Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam. Vol.4, No.1, hlm 142.
- Syaifullah & Mira. 2018. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Pegadaian (Persero) Batam". IM UPB. Vol.6 No.2, hlm 88.
- Wahyudi, B. & M.D. Yanthi. 2021. "Penerimaan Teori TAM Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal". Jurnal AKUNTABILITAS. Vol. 15, No. 1, hlm 57-58.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80.
- Yola, L.F. 2022. *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BSI Kota Tangerang*. (Skripsi Sarjana, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah). hal. 93-95.
- Zafira, Putri & Renita S. 2022. "Pengaruh Citra Perusahaan, Iklan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan IB Amanah di BPRS Al Salaam Amal Salman Cabang Bandung". Jurnal Dimamu. Volume 1 No. 2, hal. 205.