

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. "Bank Dan Lembaga Keuangan" (2013): 87–97.
- Agung Krisprimandoyo. *Strategi Marketing*. Edited by Abdul Rofiq. Surabaya: CV Jakad Media, 2021.
- Ali, Karnila. "Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro." *Jurnal Ilmiah FE-UMM* 11, no. 1 (2017): 1–9. <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/147/109>.
- Aprizal. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*. Celebes: Celebes Media Perkasa 2018, n.d.
- Aziz, Nazzarudin, and Vito Shiga Hendrastyo. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang." *Jurnal Pundi* 3, no. 3 (2020): 227.
- B, Setiawan. *Menganalisa Statistik Bisnis Dan Ekonomi Dengan Spss 21*. Yogyakarta: Andi., 2013.
- Berkelanjutan, D A N. "Stronger Synergy to Be Greater and More Sustainable DAN BERKELANJUTAN Sinergi Lebih Kuat DAN BERKELANJUTAN Sinergi Lebih Kuat," no. 0711 (2022).
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Buchori Alma dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: alfabeta, 2014.
- Citrawati, Vista Donna, Adhi Prakosa, and Anindita Imam Basri. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, Dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Di Tabungan Tamansari BPR Bantul." *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2021): 1–8. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/50>.
- Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (DPBS-OJK). *Buku Standar Produk Perbankan Syariah Murabahah*, 2016.

- Duli, N. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama., 2019.
- Duwi Priyatno. *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*. (Yogyakarta: Mediakom, 2010).
- Ekawaty, Novian, Dhia Husniah Athallah, and Fida Nur Auliya Anwar. "Dampak Inovasi Produk Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung." *Jurnal Manajemen Bisnis* 7, no. 1 (2020): 01–11.
- Elidawaty Purba, Dkk. *Metode Penelitian Ekonomi*,. (Yayasan Kita Menulis, 2021).
- Gautama Siregar, Budi. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan." *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* 4, no. 1 (2018): 1.
- H, Kertajaya. *Positioning, Differensiasi, Dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama., 2009.
- Hasugian, Jimmi Tumpal Mangisi. "Pengaruh *Brand Identity* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Image* Dan *Brand Trust*." *Jurnal Administrasi Bisnis* 3, no. 4 (2015): 923–937.
- Indriyo, G. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Bpfe. Hlm 237, 2000.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Keller, Kotler dan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedu. Jakarta: Indeks, 2009.
- Kismono G. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Bpfe..Hlm 375, 2001.
- Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke13. jakarta: Erlangga, 2009.
- M. Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018.
- Meithiana, Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 2019.
- Meithina Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.

- Nikolaus Duli. *“Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss.”* Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Nopitasari, Eka. *Op.Cit*, n.d.
- Nugraha, B. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka, 2022.
- Nurjanah Ardhianty. *KOMUNIKASI CSR DAN REPUTASI*. Edited by C Alviana. Yogyakarta, 2022.
- Panggalo, Dalmasius. “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.” *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN* 9, no. 1 (2020): 40–52.
- Priandono, Tito Edy. *Modern Public Relations*. 1st ed. Jakarta: Prenadamedia grup, 2023.
- Purwati, Annung, and Mega Mirasaputri Cahyanti. “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 1 (2022): 32–46.
- Putra, Erik Rif’ad Hendra, and Ade Sofyan Mulazid. “Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung Di PT Panin Dubai Syariah Bank.” *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2019): 1.
- RACHMAWATI, AFRIAN. “Pengaruh *Consumer Knowledge*, *Brand Image*, *Religiusitas*, Dan *Lokasi* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2020): 1–20.
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rianty Nela, Andira Ari. “Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian.” *jurnal ilmiah magister manajemen* 4 (2021).
- Safitri, Eka Nur, and Zaki Mubarak. “Pengaruh *Brand Image* Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ilmiah*

*Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 2875–2881.

Said, Abu. “Pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di BMT Se-Kabupaten Demak.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2016): 318–333.

Sistaningrum. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index. Hlm 98, 2002.

Siti Magfirah Z. Boroma, and Rosita R. Mootalu. “Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Cabang Gorontalo.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 1 (2020): 34–43.

Subagiyo, Rokhmat, and Mei Se. “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di Bmt Sahara Tulungagung” 8, no. 1 (2016): 1–20.

Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*” Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta, 2016.

“*Metode Penelitian Kuantitatif.*” Bandung, Alfabeta, 2018.

Suliyanto. “*Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS.*” (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.

Syafril. *Mengapa Memilih Pembiayaan Bank Syariah*. Surabaya: Qiara Media Partner, 2019.

Syah, Tantri Yanuar Rahmat. “Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis.” *Jurnal Ekonomi* 4 (2), no. November (2013): 209–226.

Syaima, Umiyati dan nadiyya. “TERHADAP PROSES KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN Aset Perbankan” 7, no. 2 (2018).

T, Febry & Teofilus. *Spss : Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung : Media Sains Indonesia., 2020.

TAJUDIN, MAKHDALEVA HANURA, and ADE SOFYAN MULAZID. “Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok.” *ISLAMICONOMIC: Jurnal*

*Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2017): 19–46.

Tjiptono Fandy. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi, 2015.

*Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 219, 2001.

Ulfa, Diana, and Utami Tri Sulistyorini. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA).” *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2018): 62–72.

Widowati, Ayun Sekar, and RR Indah Mustikawati. “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah.” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 2 (2018).

Wijaksono, Dian Budi, Leavy Gaby Jeisy, and Ridha Chairunissa. “Pengaruh Citra Merek Dalam Pembentukan Loyalitas Dan Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia.” *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan* 19, no. 2 (2022): 1–15.

“<https://www.banksumselbabel.com/id/about>.”