

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour. Organizational Behaviour and Human Decision Processes*. University Of Massachussets at Amherst.179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and behaviour 2nd ed*. New York: Open University Press.
- Akhmad, F. (2019). “*Metode Sampling*”, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka).
- Al-Qur’an Surat Al-Ahzab: Ayat 70.
- Al-Qur’an Surat Al-Hujurat: Ayat 6.
- Al-Qur’an Surat Al-Mujadilah: Ayat 11
- Al-Qur’an Surat Asy-Syu’ara: Ayat 181-183.
- Andrianto & Firmansyah, M, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya:CV. Penerbit Qiara Media), Hal. 30.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). *Analisis pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server*. JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Sam Ratulangi)., 7(3).
- Amanah, D., & Freddy, S. (2013). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria F 150 Pada Komunitas Hyperunderbone Satria F Comunity (HSC) di Kawasan Ringroad Medan*. Jurnal Niagawan., 2(1). 39-50.
- Bambang, D., Prasetyo et al. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press. Hal. 201-202.
- Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang.
- Beni Ahmad Saebani. (2008). “*Metode Sampling*”, (Bandung: Pustaka Setia). Hal. 165.
- Besse, A.N., Lucia ,A. (2018). *Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Produk dan Pelayanan dengan Metode SEM-PLS*. *Jurnal Statistika dan Aplikasinya (JSA)*, 2(2).
- Cici, R. (2022). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Tingkat Kepercayaan Anggota terhadap Keputusan Menabung pada Credit Union Keling Kumang Kantor Cabang Nanga Mahap*. BIS-MA (Bisnis Manajemen), 6(10), 2253-2263.
- Durmaz, Y., Cavusoglu, S., & Ozer,O. (2018). *The Effect of brand image and brand benefit on customer loyalty: the case of Turkey*. *International Journsl of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 528-540.
- Ekawaty, N., Dhia, H.A., & Fida, N. (2020). *Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung: Survei pada Nasabah Bank Muamalat Kerawang*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 1-11.
- Elina Sari. (2007). *Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi*, (Jakarta: Jayabaya University Press). Hal. 1.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI). Hal. 90.

- Farania, S. (2022). *Pengaruh Motivasi Penghindaran Riba, Pengetahuan Akad Wadiah, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung (studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Timur)*. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Firmansyah, M, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish). Hal. 66.
- Firmansyah, M, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planing and Strategy)*, (Pasuruan: Qiara Media). Hal. 69-71.
- Hair, et al.,. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Hapsawati, T. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*, (Yogyakarta: Zahil Publishing).
- Hasna, F.A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung*.
- Husny, R., & arafah, S. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank sumut Syariah*. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 103-112.
- Heryenzus, S. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung pada BPR Dana Central Mulia Batam*. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3).
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga). Hal. 174.
- Kotler & Keller. (2019). *Brand Marketing Art Of Branding* (Edisi: 15, United States Of America: Pearson Education).
- Kotler & Keller. (2018), 326.
- Kotler & Philip (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: Indeks Komplek Gramedi). Hal. 223.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. *Principles of Marketing (12., rev. ed., internet. ed)*. Pearson/Prentice Hall. United States of America.
- Limartha, M., & Erdiansyah, R. (2018). *Pengaruh brand equity dan product knowledge terhadap minat beli konsumen komunitas Hello Beauty Jakarta pada Produk Wardah*. *Prologia*, 2(2), 426-433.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(10), 31-42.
- Lipursari, A. (2013). *Peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) Dalam Pengambilan Keputusan*. *Jurnal STIE Semarang*, 5(1), 132855.
- Lestari, S. (2022). *Pengaruh Aksesibilitas, etika Pemasaran Islam dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Jateng KCPS Kota Salatiga)*.
- Maulana, F.R., Hasnita, N., & evriyenni, E. (2020). *Pengaruh pengetahuan produk dan word of mouth terhadap keputusan nasabah memilih bank*

- syariah*.JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance, 2(2), 124-137.
- Maulinda, H., Nawawi, M. K., & Hakim, H. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung pada Pengikut Autobase@ Collegemenfess*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2(3), 187-202.
- Maulinda, I. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bri Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi*.Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 4(5), 696-707.
- Mutmainnah, N.A. (2023). *Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Menajdi Nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Muri, M. (2021). *Analisis Pengaruh Word of Mouth dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menabung pada Credit Union Gemalaq Kemisiq Ketapang*.BIS-MA (Bisnis Manajemen), 6(2), 445-456.
- Nandia, L. S., & Nabila, R. (2021). *Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening*. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 1(1), 1-10.
- Nasution, R. R., Fauzi, A., & Lubis, A. N. (2023). *The effect of custemer co-creation and custemer experience on electronic word of mouth (ewom) through custemer satisfaction on sharia Indonesia bank in medan city*.International Journal of Economic, Business, accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS), 3(1), 296-309.
- Niswaton, N., & Susilo, E. (2022). *Pengaruh Brand Image, Literasi Keuangan Syariah, dan Sgariah Governance, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*.AL HUKMU: Journal of Islamic Law and Economics, 1-11.
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2018). *Pengaruh strategi pemasaran word of mouth (wom) dan produk pembiayaan syariah terhadap minat dan keputusan menjadi anggota (nasabah) pada baitul tamwil muhammadiyah (btm) kota bandal lampung*. Jurnal Management Indonesia, 17(3), 163-184.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & P.B.A.A. (2019). *Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuisisioner Online*.Jurnal Sains dan Informatika, 5(2), 128-137.
- Puspita, V. (2020). *Pengaruh Ekuitas Merek dan word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu: Artikel*.Creative Research Management Journal, 3(1), 41-50.
- Rahel, M., Abdul, R., & Ahmadiono, A. (2022). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I*

- Kabupaten Bondowoso. Indonesian Journal of Islamic Economics And Finance*, 5(2), 1-15.
- Soliha, E., et al. (2020). *Image, Consumer Product Knowledge, satisfaction, and Loyalty: Testing Their Relationship in the Rular Bank Sector*. *International Journal of Management Systems* 5.
- Sudarman, L., La, J., & Husriah, H. (2022). *Peran Religiusitas dan word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia dengan Motivasi sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 1-8.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: CV Alfabet). Hal. 61.
- Sujawerni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).
- Supranto. (2000). *Statistic (Teori dan Aplikasi)*. Cetakan Ke-6, (Jakarta: Erlangga). Hal. 10.
- Suri, A. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 662.
- Suryadi, P & Dewi, P. “*Manajemen strategik & pengambilan keputusan korporasi*”, (Jakarta: PT Bumu Aksara). Hal. 75.
- Ujan, S. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia). Hal. 186.
- Ulfah, M. (2020). *Pengaruh Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Non Muslim Kabupaten Boyolali)*.
- Usvita, M. (2021). *Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat*. *Jurnal Apresiaasi Ekonomi*, 9(1), 47-53.
- Web: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Web: [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id)
- Widowati, A. S., & RR, I. M. (2018). *Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah*. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(2), 141-156.
- Widyasari, Q., & Sykaris, S. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh ( Sudi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan)*. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 2(2), 174-183.
- Yolanda, N., Rita, D.P., & Nidia, A. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Citra Perbankan dan Persepsi Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit Selayo)*. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(5), 2161-2180.
- Yulfan, A. N. (2017). *Theoretical Review: Teori Merek Halal*. *Among Makarti* 10(20), 87.

- Yuvita, H., Zakaria, W., & Sulastri, S. (2019). *Pengaruh Brand Image dan sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Palembang)*. MIS: Jurnal Ilmiah Manajemen, 9(3), 293-305.
- Zainullah, Z., Achmad, S.S., & Siswanto, S. (2021). *Pengaruh word of mouth dan promosi terhadap minat menabung anggota di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pemekasan*. Jurnal Tabbaru' Islamic Banking and Finance, 4(2), 316-326.