

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdillah, Leon A. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publish, 2022. www.bening-mediapublishing.com.
- Abdullah, Prof. Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta, 2015.
- Africano, Fernando. *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Palembang: Rafah Press, 2022.
- Andrianto, dan M. Anang Firmansyah. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Budiastuti, Dyah. *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Metode Penelitian Pendidikan Matematika*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- Budiyono, I Nyoman. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Parepare: IAIN Parepare Nusantra Press, 2022.
- Herlina,Vivi. *Panduan Praktis Mengelolah Data Kuesioner Menggunakan Data SPSS*. Jakarta: Elex Media, 2019.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2016.
- Junaidi, Heri. *Metode dan Praktek Penelitian Dengan Strategi Temukenali*. Palembang: Rafah Press, 2019.
- Mujib, Abdul. *Manajemen Pemasaran Syariah Strategi Promosi Produk Pembiayaan Bank Syariah*. Surabaya: UMSurabaya Publishing, 2018.
- Nuri Purwanto, Budiyanto, Suhermin. *Theory of Plan Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.

- Sugiyono. Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method). Bandung: ALFABETA, 2020.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Afabeta, 2013.
- Supriyanto,dkk. Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. Malang: Uin Maliki Press (Anggota Ikapi), 2013.
- Swarjana, I Ketut . Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2022.
- Syafrida Hafni Sahir. Metodologi Penelitian. Medan: Penerbit KBM Indonesia, 2022.
- Syofian Siregar. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Wardhana, Aditya S.E., M.M., M.Si. Brand Image Dan Brand Awareness. Brand Marketing: the Art of Branding, 2022.
- Watrianthos, R. Kewirausahaan dan Strategi Bisnis. Yayasan Kita Menulis, 2020.

Jurnal

- Adha, S, M Fahlevi, R Rita, A S Rabiah, dan ... “Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand.” *Journal of Industrial*01, no. Juni (2020): 2018–21.
<https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/33%0Ahttps://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/33/21>.
- Alif Harvianam, Dewangga. “Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Produk Energi Terbarukan.” *Jurnal Sosial Sains* 2, no. 5 (2022): 578–85.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v2i5.392>.
- Almaidah, Siti. *Efek Mediasi Kepercayaan Dalam Pola Hubungan Antara*

Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Word of Mouth, Dan Minat Nasabah. Riset Manajemen dan akuntansi. Vol. 10, 2019.

Amirah, Tsabitah Nada, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto. “Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2023): 42.

Andrianto, dan M. Anang Firmansyah. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek).* CV. Penerbit Qiara Media. Surabaya, 2019.

Aris Zulianto. “Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 sumberrejo” 11, no. 2 (2019): 5–10.

Astuti, Widya Cindy, dan Abdurrahman. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.” *Journal Of Advances In Digital Business And Entrepreneurship* 01, no. 02 (2022): 33–49.

Bella, Sinta, Moh. Faizal, dan Fadilla Fadilla. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 3, no. 1 (2023): 125–44. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>.

Budiyono, I Nyoman. *Manajemen Pemasaran BANK SYARIAH.* Parepare: IAIN Parepare Nusantra Press, 2022.

Dafiq, Bahru Ilmi, Amalia Nuril Hidayati, dan Muhammad Alhada Fuadilah Habib. “Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 4, no. 11 (2022): 4971–82. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>.

Edy, Irwan Christanto, Endang Brotojoyo, dan A D I Unggul Bhirawa. “KAJIAN MODEL EMPIRIS : PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP LIFE STYLE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN,” 2017, 69–77.

- Eka Nur Safitri, 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. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076>.
- Ena, Maria Yalinta, Antonio E L Nyoko, dan Wehelmina M Ndoen. “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet.” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 10, no. 3 (2020): 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>.
- Fairuz Mahdiyyah, Karmila, dan Waspodo Tjipto Subroto. “Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi.” *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 175–88. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.189>.
- Fernando Africano. *Ekonometrika : Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Palembang: Rafah Press, 2022.
- Ghozali. *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*. Semarang, 2021.
- Gunawan et.al. “Pengaruh Media Sosial Marketing, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat beli Skincare Ms Glow Di Surabaya.” *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis* 02, no. 03 (2023): 1–17.
- Habibah, G W I Awal, dan Afriani Nur Hasanah. “PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu) PUBLIC KNOWLEDGE ABOUT ISLAMIC BANKING ON THE INTEREST IN SAVING IN ISLAMIC BANKS (Study on The Community of Pag.” *Telanaipura Jambi* 1, no. 1 (2021): 36122.
- Hasdiana, Ulva. *ANALISIS PENGARUH LOKASI, BRAND IMAGE DAN WORD*

OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI DI PERBANKAN SYARIAH (*Studi pada Wilayah Jakarta Selatan*). *Analytical Biochemistry*. Vol. 11, 2018. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.

Herlina Vivi. *Panduan Proktis Mengelolah Data Kuesioner Menggunakan Data SPSS*. Jakarta: Elex Media, 2019.

Islam, Darul, Moh Zaki Kurniawan, dan Endah Masrunik. “Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Gresik.” *Ekuivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis* 9, no. 1 (2023): 154–69.

Isnaeni, Pamilih, dan Widhiastuti Ratieh. “Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi.” *Economic Education Analysis Journal* 2, no. 1 (2020): 18–23. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.39452>.

Jan, Radlyah Hasan, Fitria Ayu Lestari Niu, dan Putri Oktavia Mokoginta. “Strategi Pemasaran: Implementasi Promosi Word of Mouth Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Bank.” *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 8, no. 1 (2023): 310. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.990>.

Kadarisman, Haris, dan 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. <https://doi.org/10.36441/mae.v1i2.84>.

Laelasari, Ani, Muhammad Iqbal Fasa, dan Is Susanto. “Peran Digitalisasi Dalam Strategi Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia The Role of Digitalization in Decision Making Strategies to Become a

Customer of Bank Syariah Indonesia,” no. November (2024): 7188–7201.

Lubis, F S. “Pengaruh E-WOM (Electronic Word Of Mouth) pada media sosial dan brand image terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah Panyabungan.” *UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*, 2023.

<http://etd.uinsyahada.ac.id/9336/%0Ahttp://etd.uinsyahada.ac.id/9336/1/1940100114.pdf>.

Muhammad Rafi. “Pengaruh Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Dalam Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah Mandiri.” *journal of Accounting, Management, and Islamic Economis* 01, no. 02 (2023): 32.

Mujib, Abdul. *MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH Strategi Promosi Produk Pembiayaan Bank Syariah*. UMSurabaya Publishing, 2018, 2018. <http://www.p3i.um-surabaya.ac.id>.

Nuri purwanto, Budiyanto, Suhermin. *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. CV. Literasi Nusantara Abadi. Vol. 11. Malang, 2022. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Nuvia Ningsih, Dwi, Candra Wahyu Hidayat, dan Rusno Rusno. “Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth.” *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen* 6, no. 1 (2020): 1–6. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4464>.

PT Bank Syariah Indonesia. “Laporan Tahunan 2021 PT Bank Syariah Indonesia,” 2021, 1–744. <https://www.bankbsi.co.id/>.

Purwati, Annung, dan Mega Mirasaputri Cahyanti. “Pengaruh Brand Ambassador

- Dan Brand Image.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 1 (2022): 32–46.
- Putri, Yuniar Eka, Funny Mustikasari Elita, dan Ilham Gemiharto. “Pengaruh Media Sosial Instagram @Bps_Statistics Terhadap Ekuitas Merek Badan Pusat Statistik.” *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2023): 17–31. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4383>.
- 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. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>.
- Refilia, Dea Naza, Suharto Suharto, dan Nuzulya Pahlawi. “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 4, no. 1 (2023): 11–18. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.937>.
- Rifyal Dahlawy Chalil. *Brand, Islamic Branding, & Re- Branding: Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global*, 2021.
- Riyaldy, Novien, Tsabitah Fadlillah Batubara, Lily Indriyanti Putri, Himmatul Ulia Br Sitepu, dan Endang Isnaini. “Pengaruh Media Promosi Terhadap Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di Perbankan Syariah.” *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)* 4, no. 2 (2023): 171. [https://doi.org/10.21927/ijma.2023.4\(2\).171-177](https://doi.org/10.21927/ijma.2023.4(2).171-177).
- Salam, Fitri Yana, dan 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. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v17i1.2296>.
- Setiawati. “Analisis pengaruh kebijakan Deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Formasi di Bei.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1 8 (2021).
- Setiawati, Setiawati. “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di BEI.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1,

no. 8 (2020): 1581-1590. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308>.

Sholekha, Imroatus, Nurhidayah, dan Muh.Sirojudin Amin. “Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Tomoro Coffee Cabang Dinoyo.” *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 12, no. 01 (2023): 510–18.

Sinaga, Bona Aripin, dan Sulistiono Sulistiono. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020): 79–94. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>.

Sinamabela, Lijan P, dan Sarton Sinamabela. *Metode Penelitian Kuantitatif Teoretik dan Praktik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.

Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI (MIXED METHODS)*. Bandung: ALFABETA, 2020.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2018.

———. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: Afabeta, 2019.

Syafrida Hafni Sahir. *METODOLOGI PENELITIAN*. Medan: PENERBIT KBM INDONESIA, 2022.

Syifa Zakia Nurlatifah, R.Masykur. “PENGARUH STRATEGI PEMASARAN WORD OF MOUTH (WOM) DAN PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP MINAT DAN KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA (NASABAH) PADA BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) KOTA BANDAR LAMPUNG Syifa.” *JURNAL MANAJEMEN INDONESIA* 17 no 3 (2019): 163–84.

Sylvia Rozza. Thalia Lufna Salsabila. “Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Dari Bank Syariah Indonesia .” *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan*

Perbankan. 11, no. 1 (n.d.): 2196–98.

Watrianthos, R. *Kelwirausahaan dan Stratelgi Bisnis*. Yayasan Kita Melnullis, 2020.

Widiawati, Hestin Sri. “Pengaruh Brand Image Produk Syariah dan Religiusitas terhadap minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Kediri di Kota Kediri.” *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 5, no. 1 (2020): 56. https://repository.unpkediri.ac.id/3001/1/62401_0708037605.pdf.

Widodo, Slamet, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, Rusdi, Khairunnisa, Sri Maria Puji Lestari, Dian Rachma Wijayanti, et al. *Metodologi Penelitian. Cv Science Techno Direct*, 2023.

Wiryada, Haykal Garin. “Qs. Az-Zalzalah Ayat 7 & 8: Kepuasan, Promosi, Pelayanan, Dan Loyalitas Konsumen.” *Pesantren Hamfara Yogyakarta* 1, no. 3 (2023): 1–8. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/JAHE>.

Zainullah, Achmad Sani Supriyanto, dan Siswanto. “Pengaruh Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Anggota Di Ksps Bmt Ugt Sidogiri Cabang Pamekasan.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 4, no. 2 (2021): 317–26. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7419](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7419).

Website:

Diakses Dari : [Individu - Produk dan Layanan | Bank Syariah Indonesia](#)
[Bank Syariah Indonesia](#)

Diakses Dari : PT Bank Syariah Indonesia. “Laporan Tahunan 2021 PT Bank Syariah Indonesia,” <https://www.bankbsi.co.id/>

Diakses Dari : <https://www.bankbsi.co.id/>.

Diakses Dari : <https://data.goodstats.id/statistic>