

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). (*Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent*). 25(1).
- Amini, N. F. E. Al. (2016). *kualitas pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung*.
- Anggraeni, T. N. (2021). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk: Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). *PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG TINGKAT SUKU BUNGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH. II*, 182–198.
- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. 03(0)*, 227–234. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Conner, M. (2020). “*Theory of Planned Behavior - Theory Overview*”. Wiley Online Library.
- Damayanti, S. (2017). *PENGARUH Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri CabangX. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, 2013*.
- Engkur. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 14(01)*, 23–35.
- Fauzi, R. N. (2020). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN AGAMA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta)*. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, 9(4)*, 37–46.
- Fauzy, T. O., Purwadi, A., Hakim, R., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., & Malang, U. M. (2019). *Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pendahuluan. 4(2)*, 181–206.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi 5)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, M., & Nasabah, M. (2021). *Faktor Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah. 3(1)*, 65–76.
- Hestin Sri Widiawati, S.Pd, M. S. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE PRODUK SYARIAH DAN RELIGIUS TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA KEDIRI*.
- Hutagalung, M. A. K. (2017). *PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP MINAT MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH. Jurnal Al-Qasd, 1*, 228–239.

- Imran, & Hendrawan, B. (2017). PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT BATAM TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH. *Journal of Business Administration*, 1(2), 209–218.
- Istiaji, J., Leksono, M. E. G., & Widyaningsih, M. (2022). Aplikasi Theory of Planned Behavior Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia. *Rizquna: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 1(02), 39–52.
- Kamila, I. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JAKARTA SIMPRUG)*.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.
- Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)*. 4(1), 54–72.
<https://doi.org/10.21070/perisai.v4i1.525>
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG BANK SYARIAH DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG SISWA DI BANK SYARIAH*. 8(1), 53–66.
<https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>
- Mustofa, U. A., & Siyamto, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(02).
- Nasir, A. M. (2016). *Statistik Pendidikan (Pertama, C)*. Media Akademi.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/judwx>
- Niza, T. (2017). *Pengaruh Persepsi, Citra Merek, dan Periklanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunt TulungAgung*.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). PERSEPSI NASABAH GENERASI Z PASCA PENGUMUMAN MERGER BANK SYARIAH. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 13–28.
- Pirous, H., & Astuti, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek , Periklanan dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek The influence of brand image , advertising and perception on saving interest of mabrur savings*. 2(2), 320–330.
- Romadhon, B., & Sutantri. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 86–98. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1455>
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). *Pengaruh Pengetahuan , Kualitas Pelayanan , Produk , dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. 4(02), 136–147.

- Rosyid, M., & Saidiah, H. (n.d.). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). *Pengaruh produk bank syariah terhadap minat menabung dengan persepsi masyarakat sebagai variabel moderating di pati*. 4, 43–61.
- Saifudin, T. (2018). Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga). *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*, 1(1), 89.
- Siregar, D., Daulay, A. H., & Siregar, S. (2021). Increasing Customer's Saving Interest through Religiosity, Product Perception and Knowledge. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 918–925. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1693>
- Siyoto, & Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); Cetakan 1). Literasi Media Publishing. https://www.academia.edu/31619603/Dasar_Metodologi_Penelitian
- Sugiarti, D., Ekonomi, F., & Terbuka, U. (2021). Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1696–1704. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi>:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3660>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan r & D*. In Alfabeta.
- Suprihati, Sumadi, & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 443–450.
- Syahriyal. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menabung serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung pada Perbankan Syariah di Banda Aceh. *Perspektif Ekonomi Darusalam*, 4(1), 139–156.
- Tikson, S. D. S., Nurfadillah, Nadya Septiani Sahas, & Ulfa, S. (2021). *PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN TERHADAP PERBANKAN SYARIAH*. 18(Ii), 119–126. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i2.17855>
- Triana, N., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari'ah Unisba terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syari'ah Kantor Kas Unisba. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, Vol 2(No 2), 529–534.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 1101–1106.
- Wijaksono, D. B., Jeisy, L. G., & Chairunissa, R. (2022). Pengaruh Citra Merek Dalam Pembentukan Loyalitas dan Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 19(2), 1–15. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>.

Yuliawati, T., Adirestuty, F., Miftahuddin, A., & Hardiansyah, K. (2022). *Kebijakan Merger Bank pada Perbankan Syariah : Studi Bibliometrik dan Perspektif Kritis Merger Bank Policy on Islamic Bankng : A Bibliometric Study and Critical Perspective.*

Zuliani, S.El, M., & Nisa Ayu Purwati, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Serambi Konstruktivis*, 3(4), 243–249.