

DAFTAR PUSTAKA

- Adji. Jennifer,. Hatane Samuel ,MS. 2014.Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya .*Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1.
- Agusman, rudi. 2018. Pengaruh Label Syari'ah Terhadap Minat Menabung Masyarakat pada Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Sunggal. Universitas Sumatera Utara. Departemen Administrasi Bisnis.
- Andian Sutedi, 2009.Perbankan Syariah. Bogor. Ghalia Indonesia
- Ainina. W, O. 2018. Minat Nasabah menabung di Bank Syariah mandiri Yogyakarta..*Jurnal Ilmu ekonomi*.
- Dwi P Dikky. 2018. Pengaruh religiulitas, sistem bagi hasil dan kelompok referensi terhadap minat menabung remaja pada Bank Syariah. Skripsi
- Fitri N. S & Anwar .M .K .2018.Pengaruh tingkat religiulitas santri pondok pesantren Darussalam Kediri terhadap minat menabung di perbankan syariah..*Jurnal Ekonomi Islam*
- Fitria Nurma.S. 2018 Pengaruh Tingkat Religiulitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah..*Jurnal Ekonomi Islam*.
- Handayani R, Sri D, Eka A & Imanuella. 2018.Pengaruh Religiulitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Study pada Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Harhap Putra S.R. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah di Bank Muamalat cabang balai kota medan. *Jurnal Al-Qasd*.
- I putu Wira & I Wayan Santika. 2016. Pengaruh kepercayaan nasabah Bauran Produk Dan Buran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah.E-Jurnal Management Unud, Vol.5 , No.1, 2016.
- Inayatillah, MA.EK. 2018. Faktor Determinasi Nasabah Dalam Pemilihan Bank Syariah Di Aceh Tengah..*Jurnal Ekonomika Indonesia*.
- Iskamto.B., Yulihardi. 2017. Analisis Peranan Religiulitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah. *Jurna Kajian Ekonomi Islam*

- Ika Ratna Q. R. Roziq. A. Hisammudin.N. 2015. Analisis pengaruh tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah, Reputasi Bank, dan Perolehan Informasi, terhadap keinginan menambah tabungan mudharabah di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember.*Artikel Ilmiah Mahasiswa.*
- James F. Engel & Roger D.B & Paul W.Miniard.1994.*Manajemen Komplain.* Jakarta :Binarupa Aksara.
- Kristiya & Sri Hartiya. 2016. Pengaruh kelompok acuan, religiusitas, promosi dan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah terhadap minat menabung di koperasi jasa keuangan syariah. *Jurnal ekonomi dan Teknik informatika.*
- Kotler Philip & Gary Armstrong 2002.Prinsip-prinsip pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Khotimah Nurul. 2018. Pengaruh religiulitas, kepercayaan, citra perusahaan, dan sistem bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas di bank syariah mandiri (studi kasus pada nasabah bank syariah mandiri gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Management.*
- Kenny. F. Fransiska .A. 2015. Pengaruh customer Experience dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di Tx Travel Klampis. *Jurnal Management Perhotelan Kristen Petra.*
- Muhammad Adistiyo. 2016 .*Pengaruh Kepercayaan, Citra merek, Kualitas Layanan Terhadap Niat Nasabah Menabung Pada Bank mandiri di Surabaya.* Artikel Ilmiah.
- Magfiroh S. 2018. *Pengrauh Religiulitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa darush shalihah.* *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi.*
- Maisur. M.afra. M.shabri. 2015. Pengaruh prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas, dan kualitas, pelayanan, terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah di banda aceh. *Jurnal magister akuntansi.*
- Ningsih, J.N .2017. pengaruh persepsi, tingkat *religiusitas* dan *disposable income* terhadap minat menabung diperbankan syari'ah.
- Otoritas Jasa keuangan.2018. Statistik Perbankan Syariah. <https://ojk.co.id>. Diakses 20 Mei 2019.
- Rahma bella .O.R 2017.Pengaruh religiulitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.Skripsi.

- Sumarwan Ujang, M. Sc. 2014. Perilaku Konsuen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Sugiono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Shofwa Yoiz. 2016. Pengaruh Kualitas produk dan religiulitas terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Sutanti Herry. S.E., M.M & Umam Khaerul, S.IP, M. Ag. 2013. Manajemen Pemasaran Syariah. Bandung. CV. Pustaka Setia.
- Triana nadia. Neneng .N. Ifa. H. S. 2016. Pengaruh Tingkat *Religiusitas* dan *Disposable Income* mahasiswa fakultas syari'ah unisba terhadap minat menabung di Bank BRI Syari'ah Kantor Kas Unisba. *Jurnal. Unisba Vol. 2. No. 2*
- Yulian.A. 2016. Pengaruh *religiusitas* dan persepsi masyarakat desa bode lor terhadap minat menabung di perbankan syari'ah.
- Yois Shofwa. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiulitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Yohana Nesa S & Edwin Japariato. 2015. Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal management Pemasaran Petra*.
- Yasir Zahri & Hafasnuddin. 2016. Pengaruh religiulitas terhadap minat beli produk/jasa Bank Syariah dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi (studi pada nasabah bank konvensional dikota banda aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Management*.
- Zuhirsyan M. & Nurlinda. 2018. Pengaruh Religiulitas dan Persepsi Nasabah terhadap keputusan memilih Bank Syariah. Al-Amwal.
- Zamroni, A. 2018. Pengaruh *religiusitas commitment* terhadap minat menabung di bank syari'ah pada kalangan santri mahasiswa.