DAFTAR PUSTAKA

Abdul Ghafoor Awan & Maliha, A. (2014). Consumer Behaviour Towards Islamic Banking In Pakistan. *European Journal of Accounting Auditing and Finance Research*, *2*(9), 42–65.

Adiwarman, K. (2010). *Ekonomi Mikro Islam edisi ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Agusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Amir ac, Y., & Rini Lesmawati Psikologi, D. (2016). Religiusitas Dan Spiritualitas: Konsep Yang Sama Atau Berbeda? *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, *2*(2), 67–73.

Ancok, D. (2008). Psikologi, Ketidakadilan Sebagai Sumber Radikalisme Dalam Agama: Suatu Analisis Berbasis Teori Keadilan Dalam Pendekatan. *Jurnal Psikologi Indonesia*.

Anwar, S. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.

Arif, M. N. R. Al. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Arwani, A. (2015). Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah. *Jurnal Penelitian*, *12*(1), 1.

Ascarya, & Yumanita, D. (2005). *Gambaran Umum Bank Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.

Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, *9*(1), 17.

Darwin, S., Kunto, S., Si, S., Sc, M., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, *2*(1), 1–12.

Dewi, A. S., & Satria, A. D. (2014). Perceived Of Religious Value : Model Pembentuk Preferensi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, *14*(2), 35–50.

Diana Yumanita, A. (2010). *Bank Syariah: Gambaran Umum Pusat*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.

El-Menouar, Y. (2014). The Five Dimensions of Muslim Religiosity . Results of an Empirical Study. *Method, Data, Analyses*, *8*(1), 53–78.

Fathurrahman, A., & Azizah, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, *1*(1 & 2), 99–121.

Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Qiara Media.

Fojt, M. (2015). Effects of Religiosity on Consumer Attitudes Toward Islamic Banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, *12*(7), 1–32.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. In *(Edisi 9)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). *Basic Econometrics (Fifth Edition)*. In *Introductory Econometrics: A Practical Approach*. Jakarta: Salemba Empat.

Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, *4*(1), 485.

Herdinata, C. (2017). Pengaruh Product Knowledge dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk The Capital. *Jurnal Bisnis Perspektif*, *9*(1), 1–9.

Ilter, B., Bayraktaroglu, G., & Ipek, I. (2017). Impact of Islamic Religiosity on Materialistic Values in Turkey. *Journal of Islamic Marketing*, *8*(4), 533–557.

Keuangan, O. J. (2017). Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah 2017-2019. *Otoritas Jasa Keuangan Republik Inodnesia*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke – 12. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2*, Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kuala, S., Amanda, S. M., & Majid, M. S. A. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Dosen Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, *1*(2), 197–214.

Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, *6*(1), 45–52.

Larasati, F. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah*.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*.

Jakarta: Penerbit Salemba.

Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*.

Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran, Edisi4, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.

Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*.

Marwini. (2017). Kontroversi Riba Dalam Perbankan Konvensional Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian. *Az Zarqa*, *9*(1).

Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, *4*(1), 1–2010.

Minor, J. C. M. and M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Mokoagow, S. W., & Fuady, M. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia Factors Affecting Profitability of Islamic Banks in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi Bisnis dan Perbankan.*, *6*(1).

Mu'aziz Imam, Ikhwan Hamdani, A. M. K. (2017). Analisis Faktor-Fakor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah di BPRS Amanah Ummah. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, *8*(2), 107–126.

Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Mursid, A., & Suhartono, E. (2015). Faktor Determinan Nasabah Dalam Pemilihan Bank Syariah. *Jurnal Dinamika Manajemen*, *5*(1), 45–58.

Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). Analisis Personal Financial Liteacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Media Informasi Manajemen*, *1*, 1–16.

Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *1*(1), 15–25.

Noor, F., & Sanrego, Y. D. (2011). Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta). *TAZKIA Islamic Business and Finance Review*, 65–79.

Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di

Banyumas. *Islamadina*, *18*(2), 75.

Obeid, H., & Kaabachi, S. (2016). Empirical Investigation Into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia. *Journal of Applied Business Research*, *32*(4), 1243–1256.

Putri, N. E., & Iskandar, D. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : LINE, KAKAOTALK, WECHAT, WHATSAPP). *Jurnal Manajemen Indonesia*, *14*(2).

Rahmanto, K. (2016). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah*.

Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Addin*, *8*(1), 1–28.

Riza, M. (2019). Analisis Persepsi, Preferensi dan Sikap Teungku Dayah Serta Pengaruhnya Terhadap Perilaku Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1–19.

Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *4*(02), 136.

Sakinah, G., & Mudakir, B. (2018). Analisis Literasi Keuangan Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2014 - 2017. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*.

Sanusi, A. (2014). *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Sehani. (2017). Analisis Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah. *Al-Iqtishad*, *1*(13), 1–18.

Shahrinaz, I., Kasuma, J., Sulaiman, A., Naim, A., Rahim, E. A., & Arabi, A. (2017). Determinant of Customers ' Preference in Selecting Islamic Banks. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, *4*(3), 117–121.

Shofian. (2016). Analisis Preferensi Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, *I*(2), 90–132.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Jakarta Kencana.

Soemitra, A. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Edisi kedua*. Jakarta: Prenada Media Kencana.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*

Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap. *Jurnal Economia*.

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Model Keputusan Konsumen*. In *Perilaku konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Teuku Aliansyah, Hafasnuddin, S. (2012). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, *1*(1), 32–39.

Usman, H. (2016). Islamic Religiosity Scale, and Its Applied on The Relationship Between Religiosity and Selection of Islamic Bank. *Journal of Distribution Science*, *14*(2), 23–32.

Vebitia, & Bustaman. (2017). Analisis preferensi masyarakat terhadap prinsip bagi hasil pada bank syariah di wilayah banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, *2*(1), 10.

Veithzal Rivai, D. (2007). *Bank And Financial Institution Management Coventional & Syar'i System*.

Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam *PrilakuKonsumen*, *01*(01), 22–39.

Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, *10*(1), 48.

Zulfiqar, B., Arshad, H. M., Fareed, Z., Shahzad, F., & Hussain, S. (2014). Criteria of Selecting Bank in Pakistani Banking Sector: Study of Banking Customers in Sahiwal, Pakistan. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, *5*(4), 19–31.

FEB UNDIP