

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., Yohansyah, D., Riyadi, A., Febi,), & Palu, I. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *AL-KHARAJ: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16–33. <https://doi.org/10.24256>
- Basu, Swastha, & I. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fathurrahman, A., & Zulfikar, F. (2020). Empirical Determinants of Saving in Islamic Banks at Tasikmalaya City. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 58–69. <https://doi.org/10.22219/jes.v5i2.13303>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas diponegoro.
- Hapsari, I. M., & Kritiani, A. (2015). Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Peserta Didik Kursus Bidang Vokasi (Studi Di Lembaga Pendidikan Profesi Graha Wisata Semarang). *Journal of Nonformal Education*, 1(1), 1–8.
- Imani, B., Allahyari, M. S., Bondori, A., Surujlal, J., & Sawicka, B. (2021). Determinants of organic food purchases intention: The application of an extended theory of planned behaviour. *Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.17170/kobra-202011192216>
- Jannah, sinta ardhilatul. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minatpengaruh Promosi Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar Iii Muara Enim Oleh: In *Produk Dan Akad Baitul Mal Wa Tamwil* (Vol. 2020, Issue September).
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey:

Prentice Hal.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Edinburgh Gate: pearson.

Kotler, P. (2002). *marketing places*. New York: simon and schuster.

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lestari, I., & Panjaitan, P. D. (2019). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tabungan Emas di PT. Pegadaian (PERSERO) Kota Pemantangsiantar. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 17–25. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v1i1.255>

Ma'arif, S. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Boyolali). *Publikasi Ilmiah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis ProgamStudi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–87. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/43421>

Ningrum, I. W., & Hutagalung, M. A. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Pembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) di PT. Bank Sumut Syariah KCP Karya. *Journal Of Social Science Research*, 4, 7704–7718.

Nugroho, R. A. (2020). Pengaruh Keyakinan, Lokasi, Tarif Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah. *Jurnal Ilmiah*.

Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>

Riandika, R. N., & Arifin, R. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Mall Dinoyo City (Studi Kasus Pada Konsumen Mall Dinoyo City). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 50–64.

Ruhaniah, N., Tanjung, H., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas

- Pelayanan, dan Implementasi Syariah terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 60–69. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.633>
- Said, N. S. (2010). *Analisis pengaruh lokasi dan pelayanan Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah: studi kasus Pegadaian Syariah Cab. Depok*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/4719/1/NandangSunandarSaid-Fsh.Pdf>
- Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (edisi 4). Jakarta: salemba empat.
- Setyowati, E., & Panji gita, R. (2018). Analisa Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.30996/jem17.v2i2.1202>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: alfabeta.
- Sulistyono, M. A. (2016). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (. *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*, 1–28. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/2545>
- Swasta & handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (Edisi Pert). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa* (1st ed.). Malang: bayumedia publishing.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66. <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/78>
- Wekeza, S. V., & Sibanda, M. (2019). Factors influencing consumer purchase intentions of organically grown products in shelly centre, port shepstone,

South Africa. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph16060956>

Yamit, Z. (2001). *manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: ekonesia.

