

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. U. (2011, Nopember 14). *Ulama Pewaris Nabi*. Retrieved Maret 8, 2017, from Asy Syariah: <http://asysyariah.com/ulama-pewaris-nabi/>
- Anshori, A. G. (2008). *Penerapan Prinsip Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*. Retrieved Maret 12, 2016, from <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>
- Balawera, A. (2013). Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA, I(4)*, 2117-2129.
- Basyuni, M. M. (2009). *Peran Ormas Islam Dalam Membangun Moralitas*. Jakarta: Menteri Agama RI.
- Budihantoro, I. M. (2012). *Analisis Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dampaknya Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah*. Semarang: Tesis.
- Burhanudin. (2010). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Peneliiian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gampu, A. N., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA, III(3)*, 1330-1340.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian Capra Latte. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, I(2), 181-190.
- Herinza, R. (2013). *Persepsi Ulama Terhadap Pelaksanaan Perbankan Syariah di Kabupaten Kudus*. Universitas Negeri Semarang: Skripsi.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, XLIV(2), 296-316.
- Ismal, R. (2011). Islamic Banking in Indonesia: Lesson Learned. Kertas Kerja dalam Multiyear Expert Meeting on Services, Development and Trade: The Regulatory and Institutional Dimension. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, (pp. 1-14). Geneva.
- Isnurhadi. (2014). Pentingnya Pemahaman Tentang Keuangan dan Perbankan Syariah dalam Rangka Mu'amalah yang Berdasarkan Syariah Islam. *Orasi Ilmiah*, 1-25.
- Kamarni, N. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, III(1), 26-56.
- Karim, A. (2013). *Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Karim, A. A. (2014). *Bank Islam* (5nd ed.). Jakarta: RajaGrafindo.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementrian Agama Jawa Barat. (2010). Retrieved Maret 20, 2017, from [jabar.kemenag.go.id/file/dokumen/alamatormas.pdf](http://jabar.kemenag.go.id/file/dokumen/alamatormas.pdf)
- Kementrian Agama RI. (2009). *Direktori Pondok Pesantren*. Retrieved februari 28, 2017, from <http://pendis.kemenag.go.id/index.php?a=artikel&id2=statponpes2009#.WLeEmdJ97Dd>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krishna, A., Rofaida, R., & Sari, M. (2010). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Proceedings of the 4th International Conference on Teacher Education* (p. 64). Bandung: Join Conference UPI & UPSI Bandung.

- Kusuma, I. D., & Untarini, N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *II*(4), 1573-1583.
- Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhammad, R. A. (2013, Maret 11). *Ulama dalam Al'Qur'an*. Retrieved Maret 8, 2017, from <http://kabarwashliyah.com/2013/03/11/ulama-dalam-al-quran/>
- Muhiddin, S. A. (2010). *Statistika 2 Pengantar untuk Penelitian*. Bandung: Karya Adhika Utama.
- Mujib, A. (2016, Maret). *Apa sih Literasi itu?* Retrieved Mei 17, 2017, from Wikipendidikan: <http://www.wikipendidikan.com/2016/03/pengertian-definisi-makna-literasi.html>
- Nasution, H. F. (2008). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Komunikasi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Cabang Tebing Tinggi*. Medan: Tesis.
- Nasution, M. Y. (2014). Peran Strategis Ulama dalam Pengembangan Ekonomi Syariah. *Human Falah*, *I*(1), 17-28.
- Noor, F. (2012). Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta). *TAZKIA Islamic Business and Finance Review*, 65-79.
- Novianti, I. (2008). Peran Ormas Islam dalam Membina Keberagaman Remaja. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *II*(2), 250-259.
- NU. (2015). *Jaringan*. Retrieved November 5, 2017, from <http://www.nu.or.id/about/jaringan>
- Nurhayati, S. (2012). *Akutansi Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2012). *Strategi Nasional Keuangan Inklusif*. Jakarta: OJK.
- Persis. (2015). Retrieved November 5, 2015, from <http://persis.or.id/dekade-sunda-dan-persis/>
- Republika*. (2009, Agustus 6). Retrieved November 1, 2017, from *Republika*: <http://www.republika.co.id/berita/shortlink/67455>
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, *I*(2), 1-11.

Husniati, 2017

PENGARUH LITERASI PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (SURVEY PADA ANGGOTA ORMAS ISLAM DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2012). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rifa'i, M. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Servqual), Literasi Keuangan dan Motivasi Orang Tua Terhadap Minat Menabung Santri Pondok Pesantren Sunan Pandanaran*. Yogyakarta: Skripsi UIN Kalijaga.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P., & Giantari, I. K. (2017). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, VI(1), 137-166.
- Rismawati, & Rosita, S. I. (2014). Pengaruh Sistem Bagi Hasil Deposito Mudharabah Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, II(1), 85-98.
- Rohamana, Y. (2013). *Ekometrika: Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rohmatu, K. I., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Jurnal Ecodemica*, I(1), 27-35.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium*, IV(1), 43-61.
- Sahayu, W. (2013). Retrieved from Metodologi Penelitian: <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/dra-wening-sahayu-mpd/metodologi-penelitian.pdf>
- Sangadji, M. E., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sari, M. D., Bahari, Z., & Hamat, Z. (2013). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia: Suatu Tinjauan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, III(2), 120-138.
- Sholihin, A. I. (2008). *Ini Lho, Bank Syariah!* Bandung: Karya Kita.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Suhendi, H. (2005). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Economia*, X(2), 141-147.
- Suparman, D. (2012). Kewirausahaan-Sosial Berbasis Organisasi Masyarakat (Ormas). *VI(1-2)*, 158-164.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suwiknyo, D. (2010). *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Swastha, & Irawan. (2001). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri, D. P. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Donatur Baitul Maal Hidayatullah Cabang Kediri. *Jurnal JESTT*, I(2), 128-143.
- Tanjung, H., & Devi, A. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Trisnadi, D., & Surip, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung. *Jurnal MIX*, VI(3), 356-368.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wartoyo. (2014). *Persepsi Dan Respon Pesantren Terhadap Implementasi Ekonomi Islam*. Retrieved from Portal Garuda: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=447042&val=9458&title=PERSEPSI%20DAN%20RESPON%20PESANTREN%20%20TERHADAP%20IMPLEMENTASI%20EKONOMI%20ISLAM>.
- Wikipedia. (2017). *Ormas Islam*. Retrieved November 5, 2017, from <https://id.wikipedia.org>
- Yuliyati, & Kurniawan, I. S. (2016). Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur. *Jurnal Manajemen*, VI(2), 29-42.