

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

Al- Hadits

Aisyah, S. (2013). Preferensi Usaha Kecil dan Mikro di Pasar Baru Cikarang dalam Memilih Akses Pembiayaan. *Al Iqtishad*, 1.

Ali, Z. (2002). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

As-Sabatin, Y. (2011). *Bisnis Islam & Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*. Bogor: Al Azhar Press.

Azhari, M. A. (2016). Analisis Preferensi Sumber Pembiayaan UMKM (Studi pada Sentra Pengrajin Tas di Desa Kedensari, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidorjo). *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*.

Azwar, S. (2006). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bank Indonesia. (2000). Penelitian Potensi, preferensi dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Working Paper Bank Indonesia*, 4.

Bank Indonesia. (2011). *Kajian Akademik Kelayakan Pendirian Lembaga Pemeringkat Kredit bagi UMKM di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.

Bley, J., & Kuehn, K. (2004). Conventional versus Islamic finance: student knowledge and perception in the United Arab Emirates. *International Journal of Islamic Services* Vol. 5.

Chandra, A. A. (2016, Agustus 25). BI: Baru 22% UMKM yang Memiliki Akses ke Perbankan. Dipetik November 26, 2016, dari Detik Finance: <https://finance.detik.com/moneter/d-3283575/bi-baru-22-umkm-yang-memiliki-akses-ke-perbankan>

Djalaludin. (1995). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2006). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks? *International journal of banking marketing*.

Fahmi, S. C. (2016). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Menggunakan Transaksi Tunai. *Jurnal Universitas Muhammadiyah*.

Gait, A. H., & Worthington, A. C. (2009). Attitudes, Perceptions and Motivations of Libyan Retail Consumers toward Islamic Methods of Finance. *Asian Finance Association 2009 International Conference*. Brisbane: Griffith University.

Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* cetakan IV. Semarang: BP UNDIP.

Anggi Lani Rahmawati, 2018

ANALISIS PREFERENSI PELAKU USAHA DALAM MEMILIH AKSES PEMBIAYAAN MIKRO KONVENSIONAL DAN SYARIAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Hejazzley, D. (2009). Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk Mengentaskan Kemiskinan dan . *Al-Iqtishad: Vol. I, No. 1, 32.*
- Hisyamuddin, F. (2016, Januari 2016). Perkembangan UMKM di Kota Cimahi Sangat Potensial. Diambil kembali dari Inilahkoran.com: <http://www.inilahkoran.com/berita/bandung/52132/perkembangan-umkm-cimahi-sangat-potensial>
- Jalaluddin. (2010). Psikologi Agama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. A. (2013). Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Karim, A. A. (2014). Ekonomi Mikro Islami. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2013). Perkembangan UMKM dan Usaha Besar. Jakarta: Kemenkop.
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Masood, O., Aktan, B., & Amin, Q. A. (2009). Islamic banking : a study of customer satisfaction and preferences in non-islamic countries. *Journal Monetary Economics and finance Vol.2 , 282.*
- Muflih, M. (2006). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muhammad. (2008). Metode Penelitian Ekonomi Islam. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Mumammad. (2005). Manajemen Pembiayaan Bank Syariah. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Nachrowi, N. D., & Usman, H. (2008). Penggunaan Teknik Ekonometri. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam.*
- Nurzaman, M. S. (2014). Mikro dan Makro Islam: Rancang Bangun dan Konsep Dasar. Bandung: Handout Workshop Prodi IEKI UPI.
- Octavianingrum, Y. (2016). Analisis Preferensi Nasabah terhadap Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) antara Bank Umum Konvensioal dan Bank Umum Syariah. *Jurnal Universitas Brawijaya.*
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Statistika Perbankan Syariah. Jakarta: OJK.

- Pamartha, D. A., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Pamungkas, K. (2016). Kajian Preferensi Pelaku UMKM terhadap Sumber Pendanaan Usaha (Studi Kasus pada Sentra Usaha Kecil dan Menengah Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*.
- Parasuraman. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Priadana, M., & Muis, S. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putra, E. P. (2016, Januari 9). Persentase Umat Islam di Indonesia jadi 85 persen. Diambil kembali dari *Republika*: <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/09/o0ow4v334-percentase-umat-islam-di-indonesia-jadi-85-persen>
- Raharjo, S. (2014, Februari 1). Uji Multikolinearitas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS. Diambil kembali dari *SPSS Indonesia*: <http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html>
- Raharjo, S. (2017, Maret 12). Cara Uji Normalitas Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS. Diambil kembali dari *SPSS Indonesia*: <http://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>
- Rahayu, Y., Amaliah, I., & Riani, W. (2016). Faktor-faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Bandung dalam Menggunakan Akad pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 2, 3*.
- Rahmat, J. (1997). *Psikologi agama*. Jakarta: Rajawali Press.
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmana, Y. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi FPEB UPI.
- Sarwono, J. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2017, Maret 21). Mengubah data ordinal ke data interval dengan metode suksesif interval. Diambil kembali dari jonathansarwono web site: www.jonathansarwono.info/teori_spss/msi.pdf
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.

- Shreejesh, S. (2014). *Business Reserch Methods An Applied Orientation*. Switzerland: Springer Internasional Publishing.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia* Vol. 10 No. 2.
- Tambunan, T. T. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widiyanto, J. (2012). *SPSS for Windows*. Surakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah .
- Winarno. (2011). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. Yogyakarta.
- Wiroso. (2005). *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank*. Jakarta: Grasindo.
- Yuswohadi, & dkk, D. M. (2014). *Marketing to The Middle Class Muslim*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.