

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2014). Pengaruh Pelayanan, Keyakinan Agamawan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar. *jurnal STIE Makassar*, 320-329.
- Achmad, Z. (2009). *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Al-Qur'an.
- Almossawi, S. A. (1998). Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspective and Implications. *International Journal Of Bank Marketing*, Vol 6 Issue 7, 299-313.
- Andespa, R. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Volume 2 No 1*, 43-57.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Al Masraf Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol 2 No 1*, 44-57.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol 2 No 2*.
- Anggraeny, D. A. (2016). Pengambilan Keputusan Dalam Pendidikan Anak. *Artikel Sosiologi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNIVERSITAS AIRLANGGA*.
- Asael, H. (2001). *Consumer Behavior*. New York: Thomson Learning.
- Azwar, S. (2006). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Band, O. (1991). *Memebangun Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bigne, J., Erique, Sanchez, M., & Sanchez, J. I. (2001). Tourism Image Evaluation Variabel and After Purchase Behavior. *Journal Tourism Management* 22, 607-616.
- Chairy, & Fredereca, B. G. (2010). Pengaruh Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone BlackBerry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan No 2*, 3.
- Dakir. (1993). *Dasar-Dasar Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ekinci, Y., & Hosany, S. (2006). Destination Personality: An Application of Brand Personality of Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 127-140.
- Engel, J. (2006). *Consumer Behavior*. Mason : Permission Department Thomson Business and Economics.

- Engel, J., Blackwell, R., & Miniand, P. W. (1995). *Prilaku konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Fitria, A. (2017, Desember 24). *minimnya pengetahuan santri di pesantren tentang perbankan syariah*. Diambil kembali dari Kompasiana: www.kompasiana.com
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Widyamangala vol 1 No 1*.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS cetakan ke IV*. Semarang: BP UNDIP.
- gontor, P. (2018, Mei 25). *Latar Belakang Pondok Pesantren Gontor*. Diambil kembali dari Pondok Modern Darussalam Gontor: www.gontor.ac.id
- Handoko, D. M., & Reksohadiprojo, D. M. (1996). *Organisasi Perusahaan Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPF E.
- Husada, G. (2015). Analisis Determinasi Pemahaman Pemilihan Perbankan Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri Jawa Timur. *Jurnal Imiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, vol 4, no 1.
- Irianto, P. D. (2004). *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya Edisi Kedua*. Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA GROUP.
- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (2003). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management Analysis Planing Implenetation and Control*. New Jersey: Ninth Edition, Prentice Hall, Inc Upper Saddle River.
- Kotler, P., & G, A. (2011). *Principles of Marketing*. New Jersey : Pearson Education.
- Kotler, P., & K.L, K. (2009). *Marketing Management , 13 th*. London: Pearson Education,inc.
- Kusuma, I. D., & Untarini, N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 5 No 4*, 1573-1583.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Essential Of Marketing*. Boston : Cengage Learning.
- Lubis, M. A. (2013). Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Kalanagan Siswa SMA Di Kota MEDAN. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol 3 No 7*, 436-447.
- Mangkunegara, A. A. (1998). *Prilaku Konsumen*. Bandung: Eresco.
- Mehta, A. (1994). How Advertising Response Modeling (ARM) Can Increase ad Effectiveness. *Journal Of Advertising Research*, 62-62.

- Metawa, S. A., & Almosawi, M. (1998). Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspective and Implications. *International Journal Of Bank Marketing Vol 16 Issue 7*, 299-313.
- Mintarja, E., & Wahab, A. A. (2017). Hubungan Pengajaran Mata Kuliah Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Indonesian Journal Of Multidisciplinary Islamic Studies Vol 1 No 2*, 79-98.
- Mowen. (2002). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Muflih, M. (2006). *Prilaku KONsumen Dalam Persfektif Ekonomi Islam* . Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muhammad. (2005). *Ekonomi Mikro Dalam Persfektif Islam* . Yogyakarta: BPFE.
- Muhammad. (2005). *Ekonomi Mikro Dalam Persfektif Islam* . Yogyakarta: BPFE.
- Muhammad. (2008). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. (2008). *Metode Penelitian Ekonomi Islam* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ningsih, J. S. (2017). Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah Studi Pada Dosen UIN Raden INTan Lampung.
- Nisak, A., Saryadi, & Suryoko, S. (2013). Pengaru Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap MINat Menabung di Perbankan Syariah Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Noor, F. (2014). Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Study Kasus DKI Jakarta). *Jurnal Tazkia*, 65-79.
- OJK. (2016). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2016*. Diambil kembali dari Otoritas Jasa Keuangan: www.ojk.go.id
- Oliver, R. L. (2006). *Satisfaction; A Behavioral Perspective On The Consumer* . New York: McGraw-Hill.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A Model Of Brand Awareness And Brand Attitude Advertising Strategies. *Psychology And Marketing* 9 (4), 263-274.
- pertiwi, D., & Ritonga, H. D. (2012). Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran,. *Ekonomi dan Keuangan Vol 1 No 1*, 61-69.
- Priadana, M., & Muis, S. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putra, E. P. (2016, 1 9). *Persentase Umat Islam di Indonesia Jadi 85 persen*. Diambil kembali dari Repoblika: <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/09/o0ow4v334-pesentase-umat-isalam-di-indonesia-jadi-85-persen>

- Raharja, S. W., Arifin, Z., & Wilopo. (2013). Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Winnertech Lintas Nusa). *Student Journal Universitas Brawijaya* 3 (1), 1-9.
- Rakhmah, S. M., & Wahyuni, S. (2013). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. *Jurnal Universitas Jember*.
- Rarianti, I. (2015). Minat Calon Guru Sekolah Dasar Terhadap Alat Penggunaan Peraga Matematika Setelah Perkuliahan Media dan Model Pembelajaran Matematika SD. *JDP Vol 8 No 1 Universitas Sultan Agen Tirtayasa*, 19-24.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Produk Knowledge Terhadap Purchase Intention Dengan Green Price Sebagai Moderating Variabel Pada Produk The Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis Vol 1 No 2*, 1-11.
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, & Akon. (2010). *Rumus Dan Data Dalam Analisa Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rifa'i, M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Servqual), Literasi Keuangan dan Motivasi Orang Tua Terhadap Minat Menabung Santri Pondok Pesantren Sunan Pandaran. *Skripsi UIN Kalijaga*.
- Roedjinandari, N. (2006). Pengaruh Faktor Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Jawa Pada Rumah Makan Inggil Malang. *Jurnal Eksekutif, Vol 3 No 3*.
- Rohmana, Y. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi FPEB UPI.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati . *Equilibrium, Vol IV No 1*, 43-61.
- Samuel, H., Annate, V. K., & Hellen, N. (2007). Perilaku dan Kepuasan Restiran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya . *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 2 No 2* .
- Sarwono, J. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sciffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey: Person Prentice Hall.
- Shreejesh, S. (2014). *Business Reserch Methods An Applied Orientation*. Switzerland: Springer International Publishing .
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Rafika Aditama.

- Stiggins. (1994). *Pengertian Motivasi*. Jakarta: Akar Ilmu.
- Sudaryana, A. (2011). Prilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pada Supermarket Di Yogyakarta. *AKMENIKA UPY, Volume 8* , 68-83.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2002). *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen* . Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, & Irawan. (2001). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Trisnadi, D., & Surip, N. (2013). Pegaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung . *Jurnal MIX Vol 6 No 3*, 356-368.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wahab, W. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 1 No 2*, 167-184.
- Walgito, B. (1981). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.
- Widiyanto, J. (2012). *SPSS For Windows*. Surakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah.
- Wigati, S. (2011). Prilaku KONsumen Dalam Persfektif Islam. *Maliyah Vol 1 No 1*, 22-39.
- Wijaya, V. S. (2015). Pengaruh Motivasi,Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda di Kawasan Kabupaten Kudus. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*, 2-17.
- Wulandari, K. A., D.w, H., & Suryoko, S. (2015). Pengaruh Faktor Psikologi dan Word Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan BRT Trans Semarang Koridor 1. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis UNDIP vOL 4 no 3*.
- Yuliyati, & Kurniawan, I. S. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Msyarakat Terhdap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur. *Jurnal Manajemen Vol 1 No 2*, 29-42.