

DAFTAR PUSTAKA

- Kennedy, P. J. (2017). Literature Review: Tantangan terhadap Ancaman Disruptif dari Financial Technology dan Peran Pemerintah dalam Menyikapinya. *Forum Keuangan dan Bisnis Indonesia (FKBI) NO. VI*, 171-182.
- Abuznaid, S. (2012). Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market . *An - Najah Univ. J. Res. (Humanities). Vol. 26(6)*.
- Al-Arif, M. (2010). *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Algifari. (2013). *Statistika Induktif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Almizan, A. (2016). Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 1(1)*.
- Amalia, F. (2010). Bahan Ajar (Diktat) Mata Kuliah: Ekonomi Makro. *Diktat*. Jakarta.
- APJII. (2017). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Survey 2017*.
- Apriyani. (2016). OJK : Waspadai Dampak Teknologi Perbankan. *Diakses Pada <http://infobanknews.com>*.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Asraf. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bahri S, A. (2014). Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Stain Parepare, Jurnal Studi Islamica, Vol. 11 No. 2.*, 347-370.
- Bank Indonesia. (2017). Potensi Teknologi Finansial dalam Pengembangan Ekonomi Syariah. <https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Potensi-Teknologi-Finansial-dalam-Pengembangan-Ekonomi-Syariah.aspx>.

- bisnis.tempo.co. (2018). Asosiasi Ungkap Tantangan Fintech Syariah di Indonesia. <https://bisnis.tempo.co/read/1104163/asosiasi-ungkap-tantangan-fintech-syariah-di-indonesia>.
- Boyd, H., & Walker, O. (2013). *Marketing Management: a strategic decision-making approach*. New York: New York McGraw-Hill.
- Budyanto, T., Kojo, C., & Tawas, H. N. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camarliwas PT. Camar Sapta Ganda.
- CNBC Indonesia. (2018). Yusuf Mansur: Tingkatkan Literasi Keuangan Melalui Dakwah. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20180605110247-29-17885/yusuf-mansur-tingkatkan-literasi-keuangan-melalui-dakwah>.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Daryanto, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Detik News. (2017). Dilaporkan atas Dugaan Penipuan, Ini Kata Ustaz Yusuf Mansur. <https://news.detik.com/berita/3533669/dilaporkan-atas-dugaan-penipuan-ini-kata-ustaz-yusuf-mansur>.
- Edyansyah, T. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo). *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara*.
- Eliza, M., & Ismail, M. (2013). Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi terhadap Investasi Asing di Indonesia (Tahun 2000:1 - 2011:4). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 1*(2).
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS cetakan IV*. Semarang: BP UNDIP. <http://doi.org/10.2307/1579941>.
- Gujarati, D. (2009). *Dasar-Dasar Ekonometrika (Jilid 2) (Edisi 3)*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic Econometrics* (4th ed.). New York City, New York, USA: The McGraw-Hill Companies.
- Gunara, T., & Sudiby, U. H. (2008). *Marketing Muhammad saw. : Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: Salamadani.

- Hadad, M. (2017). Financial Technology (Fintech) di Indonesia, Kuliah Umum tentang Fintech. *IBS, OJK Jakarta*.
- Imasari, K., & Lu, C. (2010). Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa SMU Untuk Mendaftar di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa SMU di Bandung). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 17(2), 109-120.
- Jafari, A. (2011). Islamic marketing: insights from a critical perspective Department of Marketing. *Journal University of Strathclyde, Glasgow, UK*.
- Jasfar, F. (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jenita. (2017). Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)-Volume 2, Nomor 1*.
- Kalthom, A., & Mohd, I. (2010). Compliance to Islamic marketing practices among businesses in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing, Vol. 1 No. 3*, pp. 286-97.
- Karim, A. (2015). *Ekonomi Mikro Islami Edisi 5*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- kbbi.kemdikbud.go.id. (2018). KBBI Inklusi. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/inklusi>.
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- keuangan.kontan.co.id. (2017). Kini, giliran PayTren Yusuf Mansur dibekukan BI. <https://keuangan.kontan.co.id/news/kini-giliran-paytren-yusuf-mansur-dibekukan-bi>.
- keuangan.kontan.co.id. (2018). Fintech payment masih mendominasi di 2018. <https://keuangan.kontan.co.id/news/fintech-payment-masih-mendominasi-di-2018>.
- Kewal, S. S. (2012). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs, dan Pertumbuhan PDB terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Economia*, 8(3), 53-64.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (Vol. 42)*. Harlow: Pearson Education Limited. <http://doi.org/10.2307/1250103>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited. <http://doi.org/10.2307/1250103>.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Principles Of Marketing. Global Edition, 14 Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*. Harlow: Pearson Education Limited: <http://doi.org/10.1080/08911760903022556>.
- Kumparan. (2018). Transaksi Fintech di Indonesia Baru Mencapai Rp 302 Miliar. <https://kumparan.com/@kumparanbisnis/transaksi-fintech-di-indonesia-baru-mencapai-rp-302-miliar-27431110790557104>.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2001). *Pemasaran. Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- liputan6.com. (2017). Jelaskan Soal Investasinya, Yusuf Mansyur Keliling 8 Kota. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3133487/jelaskan-soal-investasinya-yusuf-mansyur-keliling-8-kota>.
- liputan6.com. (2018). OJK Sebut Baru 23,4 Persen Anak Muda RI Paham Produk Keuangan. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3532963/ojk-sebut-baru-234-persen-anak-muda-ri-paham-produk-keuangan>.
- Lokas, T., Tumbel, A. L., & Karuntu, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha.
- Moekijat. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Mubarok, N., & Maldina, E. Y. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economic Vol.3. No 1*.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Pasaribu, R. B., & Mikail. (2013). Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Indeks Saham Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 117-128.
- PT. Veritra Sentosa Internasioanal. (2018, Desember). *Profil Perusahaan PT. Veritra Sentosa Internasioanal*. Retrieved from Treni: <https://old.treni.co.id/profil-perusahaan/>
- PT. Veritra Sentosa Internasional. (2015, Desember). *Peraturan dan Kode Etik Mitra PT. Veritra Sentosa Internasional*. Retrieved from Treni: <https://old.treni.co.id/wp-content/uploads/2015/12/kode-etik-treni.pdf>
- PT. Veritra Sentosa Internasional. (2018, Desember). *Profil Manajemen PT. Veritra Sentosa Internasional*. Retrieved from Treni: <https://old.treni.co.id/profil-manajemen/>
- Raharjo, B. (2017). Fintech: Layanan Baru, Ancaman Baru? *Jurnal Financial Talk, Asosiasi fintech Indonesia*.
- Republika.co.id. (2016, 11 30). *Kriteria Saham Batal Diperketat*. Retrieved from Ekonomi Syariah Republika.co.id: <http://www.republika.co.id/berita/koran/syariah-koran/16/11/30/ohfv869-kriteria-saham-batal-diperketat>
- republika.co.id. (2018). Pengguna Paytren Tembus 2 Juta. <https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/18/04/16/p798df374-pengguna-paytren-tembus-2-juta>.
- Republika.co.id. (2018). Soal Literasi dan Inklusi Keuangan. <https://republika.co.id/berita/kolom/wacana/18/07/22/pc9sl2396-soal-literasi-dan-inklusi-keuangan>.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Organizational Behaviour*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Rohmana, Y. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan EViews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rohmana, Y. (2013). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi dengan EViews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech ? The moderating effect of user type. *Journal Industrial Management & Data*

Systems, Emerald Publishing Limited, <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>.

- Said, M., Hassan, F., R., & Rahman, N. (2015). Assessing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 130*, 120–128.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Sarwono. (2009). Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *INNOFARM : Jurnal Inovasi Pertanian Vol.8, No. 1*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2014). *Consumer Behaviour: Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bogie, R. (2016). *Research methods for business (hal. 436)*. United State of America: John Wiley & Sons.
- Setiawan, I., & Savitry, Y. (2016). *New Content Marketing Gaya Pemasaran Baru Era Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shofwa, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam el-JIZYA Vol.4, No.1*.
- Siregar, A. E. (2016). Financial Technology Tren Bisnis Keuangan ke Depan. *Diakses Pada <http://infobanknews.com/financial-technology-tren-bisnis-keuangan-ke-depan/>*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, S. (2007). *Marketing Praktis*. Yogyakarta: Liberty.
- Sukirno, S. (2003). *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukma, D. (2016). FintechFest, Mempopulerkan Teknologi Finansial Di Indonesia. *Di Petik Pada <https://arenalte.com/berita/industri/fintech-di-indonesia/>*.
- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- The American Marketing Association. (1985). Defining Marketing. *Journal of Marketing Research, 18(4)*, 456–464.

Muhammad Hilman, 2019

KEPUTUSAN PEMBELIAN FINTECH SYARIAH PAYTREN : DITINJAU DARI PEMASARAN ISLAMI DAN KUALITAS PRODUK

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

- Tjiptono, F. (2008). *Service Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tournois, L., & Aoun, I. (2012). From traditional to Islamic marketing strategies: Conceptual issues and implications for an exploratory study in Lebanon. *Journal Grenoble Ecole de Management, Grenoble, France*.
- Verina, E, Yulianto, E, & Latief, W.A. (2014). Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis, 10(1)*, 1-10.
- Waringin, T. (2013). *Marketing Revolution (Sc) Edisi Revisi - Sensation*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Webster, F. (2009). Marketing is management: The wisdom of Peter Drucker. *Journal of the Webster, F. E. (2009). Marketing is management: The wisdom of Peter Drucker. Journal of the Academy of Marketing Science, 37(1), 20–27* <http://doi.org/10.1007/s1174>.
- Wilson, J. A. (2013). Islamic Marketing – A Challenger To The Classical Marketing Canon?
- Zeithaml, & Mry Jo Bitner, V. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition Hill*. New York: McGraw.
- Zulian Yamit. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonista.