

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* DAN GAYA HIDUP
ISLAMI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
(Studi pada Nasabah Bank Muamalat di Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis



Oleh
Vina Listiani Fitri
1703104

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* DAN GAYA HIDUP ISLAMI
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH**

Oleh :
Vina Listiani Fitri

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Vina Listiani Fitri
Universitas Pendidikan Indonesia
Mei 2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* DAN GAYA HIDUP ISLAMI
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
(Studi pada Nasabah Bank Muamalat di Indonesia)

Skripsi ini Disetujui dan Disarankan Oleh :

Pembimbing I



Dr. Bambang Widjajanta, M.M.

NIP. 19611022 198903 1 002

Pembimbing II



Lisnawati, S.Pd., M.M.

NIP. 19820830 200502 2 003

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., MT., M.M.

NIP. 19820830 200502 2 003

Mengetahui,

Tanggung Jawab Yuridis

Ada Pada Penulis



Vina Listiani Fitri

NIM. 1703104

ABSTRAK

Vina Listiani Fitri (1703104), **Pengaruh *Islamic Branding* dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat di Indonesia)** dbawah bimbingan Dr. Bambang Widjajanta, M.M. dan Lisnawati S.Pd., M.M.

Tujuan – Tujuan penelitian ini mengetahui gambaran *islamic branding* dan gaya hidup islami pada keputusan menjadi nasabah pada nasabah Bank Muamalat di Indonesia.

Desain/metodologi/pendekatan - Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Metode yang digunakan *pourposive sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 22.

Temuan - Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran *Islamic branding* berada pada kategori cukup baik, gaya hidup islami berada pada kategori baik dan keputusan pembelian berada pada kategori baik.

Orisinalitas/nilai - Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian, waktu penelitian, alat ukur, literatur yang digunakan, teori yang digunakan dan hasil penelitian.

Kata Kunci : *Islamic Branding, Gaya Hidup Islami, Keputusan Menjadi Nasabah*

ABSTRACT

Vina Listiani Fitri (1703104), **Pengaruh *Islamic Branding* dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat di Indonesia)** dbawah bimbingan Dr. Bambang Widjajanta, M.M. dan Lisnawati S.Pd., M.M.

Objectives - *The purpose of this study is to describe the Islamic branding and Islamic lifestyle on the decision to become a customer of Bank Muamalat customers in Indonesia.*

Design/methodology/approach - *The type of research used is descriptive verification. The method used is purposive sampling with a sample size of 100 respondents. The analytical technique used is Multiple Linear Regression analysis using the IBM SPSS Statistics 22 program.*

Findings - *The findings of this study indicate that the description of Islamic branding is in the fairly good category, the Islamic lifestyle is in the good category and purchasing decisions are in the good category.*

Originality/value - *The difference in this research lies in the object of research, research time, measuring instruments, literature used, theory used and research results.*

Keywords: *Islamic Branding, Islamic Lifestyle, Decision to Become a Customer*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	4
ABSTRAK	5
ABSTRACT.....	5
UCAPAN TERIMAKASIH.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
DAFTAR GAMBAR.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
BAB I PENDAHULUAN.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
1.2 Rumusan Masalah.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
1.3 Tujuan.Penelitian.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
1.4 Kegunaan.Penelitian.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.1.1 Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.1.2 Islamic Branding dalam Islamic Marketing.....	Erro
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	

2.1.3 Gaya Hidup Islami dalam Perilaku Konsumen.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.3 Kerangka Pemikiran.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.4 Hipotesis.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.1 Objek Penelitian.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2 Metode Penelitian.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.6 Hasil.Pengujian.Validitas.dan.Reliabilitas.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.7 Teknik.Analisis.Data.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
3.2.8 Rancangan.Pengujian.Hipotesis.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Erro
r! Bookmark not defined.	

4.1 Profil Perusahaan, Karakteristik dan Pengalaman Nasabah Bank Muamalat di Indonesia	77
4.1.1 Profil Bank Muamalat Indonesia.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.1.2 Sejarah Bank Muamalat.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.1.3 Profil Nasabah Bank Muamalat Indonesia Berdasarkan Identitas, Pengalaman dan Penilaian yang dikaitkan dengan Keputusan Menjadi Nasabah.....	79
4.2 Hasil Pengujian Deskriptif.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.2.1 Tanggapan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Mengenai Keputusan Menjadi Nasabah	96
4.2.2 Tanggapan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Mengenai <i>Islamic Branding</i>	103
4.2.3 Tanggapan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Mengenai Gaya Gaya Hidup Islami	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3 Analisis Data Verifikatif.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Non-Multikolonieritas.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3.3 Uji Normalitas.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3.4 Uji Linieritas.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.3.6 Koefisien Korelasi.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
4.4 Pengujian Hipotesis.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.

4.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.4.3 Pengujian Koefisien Determinansi (R^2).....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.4.4 Uji Indikator Dominan.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.5 Implikasi Penelitian.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
4.5.3 Implikasi hasil penelitian Pengaruh <i>Islamic Branding</i> dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Program Studi Pendidikan Bisnis	127
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
5.1 Kesimpulan.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
5.2 Rekomendasi.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
DAFTAR PUSTAKA.....	10
LAMPIRAN	142

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, J. V. A. *et al.* (2021) 'Pengaruh gaya hidup dan promosi terhadap keputusan penggunaan Dompot Digital Dana di Kabupaten Karawang', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(1), pp. 447–463.
- Adhitya, F. (2021) 'The Influence Of Islamic Branding, Sharia Services, And Physical Environment On Corporate Image (A Case Study On Islamic Banking Customers In Semarang)', 3(2), p. 6.
- Adinugraha, H. H. and Sartika, M. (2019) 'Halal Lifestyle Di Indonesia', *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), pp. 57–81. doi: 10.21274/an.2019.5.2.layout.
- Afrianty, N. (2020) 'Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2), p. 121. doi: 10.47700/jiefes.v1i2.2057.
- Agustin, J. and D, K. (2014) 'Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen', *Jurnal Ekonomi Manajemen*, pp. 1–14.
- Albab Al Umar, A. U. *et al.* (2021) 'Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), pp. 641–647. doi: 10.36778/jesya.v4i1.348.
- Alhusain, A. S. (2021) 'Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional', *Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik Info Singkat*, xiii(3), p. 19.
- Alserhan, B. A. (2010a) 'Islamic branding: A conceptualization of related terms', *Journal of Brand Management*, 18(1), pp. 34–49. doi: 10.1057/bm.2010.18.
- Alserhan, B. A. (2010b) 'On Islamic branding: Brands as good deeds', *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), pp. 101–106. doi: 10.1108/17590831011055842.
- Andespa, R. (2017) 'Pengaruh Faktor psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah', *Al. Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(2), pp. 193–206.
- Apriyandani, H., Yulianto, E. and Sunarti, S. (2017) 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone)', *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(2), pp. 180–189.
- Ardelia, A. S. (2018) 'Pengaruh Islamic Branding dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Halal Pada Mahasiswa Di Yogyakarta'.
- Arianto, N. and Octavia, B. D. A. (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), p.

98. doi: 10.32493/dr.b.v4i2.9867.

Arsita, N. and Sanjaya, V. F. (2021) 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram', 07(02), pp. 125–131.

Babin, B. J. and Harris, E. G. (2016) *Customer Behavior , 7th Edition*. 7th Ed. USA: Cengage Learning.

Bangsawan, M. I. (2017) 'Eksistensi Ekonomi Islam (Studi Tentang Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia)', *Law and Justice*, 2(1), pp. 24–34. doi: 10.23917/laj.v2i1.4334.

Bankmuamalat.co.id (2020) *Bank Muamalat Indonesia*.

Bergstrom, R., Mueller, G. and Yankowitz, J. (2014) 'A case illustrating the continued dilemmas in treating abdominal pregnancy and a potential explanation for the high rate of postsurgical febrile morbidity', *Gynecologic and Obstetric Investigation*, 46(4), pp. 268–270. doi: 10.1159/000010048.

Bruno, L. (2019) 'Pengaruh Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Juke', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.

Cahyono, E. F., Rani, L. N. and Mardianto, M. F. F. (2021) 'Determinants of Indonesian Conventional and Islamic Bank Depositor Trust During the Covid-19 Pandemic', *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(1), pp. 1–32. doi: 10.21098/jimf.v7i1.1352.

Chan, A. (2010) 'Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung', *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 6(1), pp. 47–62.

Cnnindonesia.com (2020) 'Survei Pandemi Corona Gerus Pendapatan', *Cnn*, August, p. 535427.

Dewi, E. and Tarigan, S. (2016) 'Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen', *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(1), pp. 47–61.

Dewi, N. L. P. K., Gama, A. W. S. and Astiti, N. P. Y. (2021) 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Unmas', 2, pp. 74–86.

Faatihah, A. A. (2021) 'Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup Dan Religiusitas terhadap Pola Konsumsi Islami di Pondok Pesantren Darul Qur'an Kepulauan Riau', *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 1(2), pp. 111–128. Available at: <https://journal.inspirasi.or.id/index.php/nomicpedia>.

Faizah, H. and Masreviastuti (2018) 'Pengaruh Gaya Hidup dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), pp. 325–329.

Febriana, N. I. (2016) 'Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung', 3(1).

- Febriana, N. I. (2017) 'Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung'.
- Fitriana, Sudodo, Y. and Hakim, L. (2019) 'Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Gautama Siregar, B. (2018) 'Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan', *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, 4(1), p. 1. doi: 10.24952/tazkir.v4i1.1060.
- H. Fauzan, M. S. (2019) 'Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)', *Manajemen Pemasaran Syariah*, pp. 1–149.
- Habibullah, A. (2012) 'Kompetensi Guru', *Edukasi*, 10(3).
- Handayani (2021) 'Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping', 15(April), pp. 58–66.
- Hermawan, A. (2006) *Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Ilham, M. and Firdaus (2020) 'Analisis Hubungan Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, Volume 03.
- Indratama, A. B. and Artanti, Y. (2014) 'Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2, pp. 1261–1272.
- Indrawati, D. (2015) 'Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab "Zoya"', *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), p. 302. doi: 10.17970/jrem.15.150207.id.
- Iriani, B. J. A. dan S. S. (2014) 'Pengaruh gaya hidup dan Kelompok Acuan terhadap keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung galaxy', *Bisnis Dan Manajemen*, 7(031). doi: 10.1002/nme.607.
- Isa, M. (2019) 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta', *Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 21(2), pp. 98–110. doi: 10.1093/gao/9781884446054.article.t082385.
- Islam, M. M. (2020) 'Segmenting, targeting and positioning in Islamic marketing', *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), pp. 1385–1404. doi: 10.1108/JIMA-10-2018-0181.
- Islamiyah, M. N. (2020) 'Pengaruh Islamic Branding, Service Quality, Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Nasabah PT. BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali)', 21(1), pp. 1–9.
- Jalil, M. A. and Rahman, M. K. (2014) 'The impact of Islamic branding on consumer preference towards Islamic banking services: an empirical investigation in Malaysia', *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1),

pp. 209–229. Available at:
https://www.academia.edu/7161105/The_Impact_of_Islamic_Branding_on_Consumer_Preference_towards_Islamic_Banking_Services_An_Empirical_Investigation_in_Malaysia.

- Janwari, Y. (2016) ‘Pemikiran Ekonomi Islam dari Masa Rasulullah hingga Masa Kontemporer’.
- Keller, K. L. (2001) ‘Building Consumer-based Brand Equity: A Blueprint for Creating Strong Brands’, *Marketing Management*, pp. 14–19.
- Khairuna, F., Manggabarani, A. S. and Ridwan, H. (2019) ‘Perilaku Konsumen Generasi Milenial (Studi Pada Pembelian Chatime)’ , pp. 1342–1357.
- Kotler, P. *et al.* (2012) *Marketing management*. 15e edn. England: Pearson Education Limited. doi: 10.1080/08911760903022556.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012) *Principles of Marketing*. sixteenth. Edited by S. Wall. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2013) *Marketing Management*. 14th ed, *Marketing Management*. 14th ed. Edited by S. Yagan. New Jersey: Prentice Hall. doi: 10.4324/9780203357262.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016a) ‘Kotler Kollerr Marketing Management’.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016b) *Marketing Management*. 15th editi, *Small Business Marketing*. 15th editi. Edited by S. Wall. london: Pearson Education Limited. doi: 10.1007/978-1-137-32601-0_12.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A. and Marom, A. (2020) ‘Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus’, *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), p. 289. doi: 10.21043/bisnis.v8i2.9165.
- Kusumodewi, G. (2016) ‘Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Mirota Surabaya’, 3, pp. 1–13.
- Malhotra, N. K. (2015) *ssentials of arketing Research*. Global Edi. England: Pearson Education Limited.
- Malhotra, N. K. and Birks, D. S. (2013) *Marketing Research: An Applied Approach*.
- Mantik, A. F., Mananeke, L. and Tawas, H. (2015) ‘Motivasi Dan Persepsi Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Megamall Manado’, *Jurnal EMBA*, 3(1), pp. 378–387.
- De Medeiros, J. F., Ribeiro, J. L. D. and Cortimiglia, M. N. (2016) ‘Influence of perceived value on purchasing decisions of green products in Brazil’, *Journal of Cleaner Production*, 110, pp. 158–169. doi: 10.1016/j.jclepro.2015.07.100.
- Melewar, T. C. and Alwi, S. F. S. (2018) *Islamic Marketing and Branding*. New York: Routledge.
- Mohamed Naim, A., Abd. Hamid, M. L. and Haji Wahab, M. Z. (2019) ‘The

- Roles of Lifestyle, Future Need and Customer Preferences in Customer's Satisfaction on Islamic Banks Products and Services', *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 16(2), pp. 60–76. doi: 10.33102/jmifr.v16i2.223.
- Mokoagouw, M. L. (2016) 'Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.16(No.01), pp. 493–502.
- Mubarok, M. M. and Puspitasari, R. (2010) 'Melalui Analisis Brand Association (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia – Cabang Bogor)', *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 10(1), pp. 45–55.
- Nasrullah, M. (2015) 'Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk', *Jurnal Hukum Islam*, 13(2), p. 79. doi: 10.28918/jhi.v13i2.487.
- Nur, Y. (2014) 'Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah PT . Bank Muamalat Cabang Makassar (Tinjauan Perilaku Konsumen)', pp. 82–88.
- O'Gorman, K. and MacIntosh, R. (2012) 'Research Methods for Business Students', *the Global Management Series*. 4th edn, (SEPTEMBER), pp. 1–696. doi: 10.13140/RG.2.1.1419.3126.
- Oktarini, R. (2020) 'Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), p. 52. doi: 10.32493/jpkpk.v3i3.5016.
- Prasetyaningsih, E. and Sukardiman, D. F. (2015) 'Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir Di Jakarta', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 151(November), pp. 10–17. doi: 10.1145/3132847.3132886.
- Priyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Revi. Edited by T. Chandra. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Purba, A. R. J. (2013) 'Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android', *Jurnal jibeka*, pp. 1–7.
- Pusparinda, H., Wulandari, D. and Subagio, N. A. (2015) 'Komparasi Alasan Nasabah Memilih Bank Muamalat dan Bank BRI di Kabupaten Jember'.
- Puspita, Y. and Untarini, Nindria (Jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi, U. N. S. (2014) 'Analisis Perbedaan Gaya Hidup dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga merek Adidas di Surabaya', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), pp. 1503–1514.
- Putra, F. A. (2019) 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Konsumen iPhone di Universitas Brawijaya)', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Putra, G. P. (2017) 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen', *Adhaesion Kleben und Dichten*, 45(6), p. 16.

- Putri, A. K. and Sunesti, Y. (2021) 'Sharia Branding in Housing Context: A Study of Halal Lifestyle Representation', *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 5(1), pp. 77–92. doi: 10.21580/jsw.2021.5.1.7268.
- Radjab, E. and Jam'an, A. (2017) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahim, A. (2015) 'Kedudukan dan Peranan Perempuan dalam Perbankan Syariah (Suatu Analisis Ekonomi Mikro)', 8(2), pp. 325–341.
- Ramaliya (2018) 'Pengembangan Kompetensi Guru dalam Pembelajaran', *Bidayah: Studi Ilmu-Ilmu Keislaman*, 9(1), pp. 77–88.
- Ranto, D. W. P. (2013) 'Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen', *Jbma*, 1(2), pp. 1–11.
- Rizan, M., Handayani, K. L. and RP, A. K. (2015) 'Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap)', *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), p. 457. doi: 10.21009/jrmsi.006.1.07.
- Rohim, A. N. and Priyatno, P. D. (2021) 'Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal', *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(November), pp. 26–35.
- Sa'diyah, M. (2013) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus'.
- Safitri, I. (2018) 'The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Decisions. Review of Integrative Business and Economics Research, 7(2), 328–337.g Decisions', *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), pp. 328–337.
- Santoso, I. and Adawiyah, S. El (2019) 'Branding Islam dan Religiusitas Individu pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Bank Syariah', *Journal of Business & Entrepreneurship*, 2(1), pp. 1–12. doi: 10.24853/baskara.2.1.1-12.
- Sari, N., Saputra, M. and Husein, J. (2017) 'Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com', *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), pp. 96–106.
- SASONGKO, D. G. S. (2018) 'Pengertian Pendidikan', *Universal Pendidikan*, (april 2017), pp. 8–22. doi: 10.13140/RG.2.2.25251.78880.
- Scarlet, D. (2013) 'Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Schiffman, L. G. and Wisenblit, J. L. (2015) *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. 11e edn, *Consumer Behavior*. 11e edn. Edited by S. Wall. England: Pearson Education Limited.

- Sekaran, U. (2003) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 4th edn. England: John Wiley & Sons, Inc. doi: 10.13140/RG.2.1.1419.3126.
- Sinaga, A., Alam, A. P. and Nawawi, M. H. (2019) 'Pelayanan yang Baik terhadap Nasabah sebagai Motivasi Menabung di Bank Muamalat Cabang Pembantu Stabat', 2(2), pp. 234–251.
- Siti Umi Hanik, J. and Handayani (2019) 'Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri)', *Jabpi*, 22(2), pp. 188–202.
- Siyoto, S. and Sodik, A. (2015) *Dasar Metodologi Penelitian*. 1st edn. Edited by Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soepeno, D., Tumbel, A. and Umboh, S. (2015) 'Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), pp. 1096–1105.
- Solomon, M. and Bamossy, G. (2006) *Consumer Behaviour*. Third edit, *Modern Marketing Communications*. Third edit. New Jersey, USA: Prentice-Hall, Inc. doi: 10.1007/978-94-011-6868-7_14.
- Sopiyan, P. (2019) 'Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online Pipih Sopiyan mengubah perilaku masyarakat terutama sangat cepat terutama pada cara konsumen', *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), pp. 193–205.
- Sugiyono (2002) *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- taji liyana, R. and Suryawardani, B. (2018) 'Pengaruh Gaya Hidup Achievers Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Pada Pt . Bank Mandiri Tbk . “ The Influence Of Of The Achievers Lifestyle On Decisions Of Credit Card Usage At Pt . Bank Mandiri Tbk . In 2018 ”', 4(3), pp. 1085–1091.
- Temporal, P. (2011) *Islamic Branding and Marketing, Islamic Marketing and Branding*. Edited by J. W. & Sons. Solaris South Tower, Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd. doi: 10.1002/9781119199540.
- Teologis, K. *et al.* (2020) 'Refleksi Kekinian Memaknai Dampak Mengucap Syukur dalam Segala Hal terhadap Gaya Hidup Orang Percaya', 6(2), pp. 62–63.
- Ujang Setiawan1), Patricia Dhiana P2), A. T. H. 3) (2014) 'Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini', *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- ULYA, R. Y. (2020) 'Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Purwokerto Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah', *bank syariah*. Available at: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52371>.
- Value, C. (2019) 'Indonesian Journal of Islamic Economics Research', 1(2), pp. 58–66.
- Wiastuti, R. D. and Kimberlee, S. (2018) 'Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap

- Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta’, *Jurnal Pariwisata*, 5(2), pp. 133–146. doi: 10.31311/par.v5i2.4073.
- Wibowo, S. F. and Karimah, M. P. (2012) ‘Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada’, *Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)*, 3(1), pp. 15–15.
- Widad, Z. El and Bakar, M. Y. A. (2021) ‘Wajah Baru Pendidikan Indonesia di Masa Pandemi dan Analisis Problematika Kebijakan Pendidikan di Tengah Pandemi’, *Jurnal Mappesona : Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), pp. 1–12.
- Wilson, J. A. J. and Liu, J. (2011) ‘The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal’, *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), pp. 28–42. doi: 10.1108/17590831111115222.
- Wirapradnyana, G. A. (2013) ‘Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah’, 1(1), pp. 96–105.
- Wowor, C. A. *et al.* (2021) ‘Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado’, *Jurnal EMBA Vol. 9 No.3 Juli 2021*, 9(3), p. 1059.
- Yuliawan, E. (2011) ‘Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung’, *JWEM (Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil)*, Vol 1(1), pp. 21–30.
- Yuniati, Y. (2016) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online’, *Issn:0852-8349*, pp. 27–37.
- Yunus, N. S. N. M. *et al.* (2014) ‘Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, pp. 145–154. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.04.018.
- Yusof, M. *et al.* (2014) ‘Islamic Branding : The Understanding and Perception’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, pp. 179–185. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.04.022.
- Yuvita, H. (2019) ‘Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang)’, *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), p. 431. doi: 10.22441/mix.2019.v9i3.004.
- Zaeema, A. and Hassan, Z. (2016) ‘Factors Affecting Purchase Decision of Canned Tuna Brands in Maldives’, *International Journal of Accounting and Business Management*, 4(1), pp. 12–144. doi: 10.24924/ijabm/2016.04/v4.iss1/120.144.
- Zahra, F. and Saryadi, S. (2017) ‘Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang’, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16793>.

