

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, Nur. 2018. "Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Brand Equity* Dan Dampaknya Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah". *Jurnal Economic*, (Online), 2 (1): 1-16, (<http://economac.ppj.unp.ac.id/index.php/economac/article/view/56>), diakses 28 Desember 2022.
- Aisyah, Siti. 2021. *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Astuti, Yuli dan Yuli Rahayu. 2018. *Layanan Lembaga Keuangan Syariah*,. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Bank Muamalat Indonesia. Profil Perusahaan, dalam [http://www:bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat](http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat), di akses pada tanggal 15 Oktober 2022
- Cannon, Joseph P, William D. Perrcault, dan Jr. E. Jerome MCCarthy. 2008. *Manajemen Dasar 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chalil, Rifyal Dahlawy, dkk. 2020. *Brand, Islamic Branding, &Re-Branding "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global"*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Darwin, Muhammad, dkk. 2021. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Febry, Timotius dan Teofilus. 2020. *SPSS: Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunawan, Didik, dkk. 2022. *Monograf: Keputusan Pembelian Skincare Safi berbasis Media Marketing*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.

- Guza, Afnil. 2008. *Undang-undang Perbankan Syariah (UU RI No. 21 Tahun 2008) dan Surat Berharga Syariah Negara (UU RI No. 19 Tahun 2008)*. Jakarta: Asa Mandiri.
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ilham, Muhammad dan Firdaus. 2020. “Islamic Branding dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang”. *Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, (Online), 3 (1): 29-47, (<https://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/perada/article/view/56>), diakses 19 Desember 2022.
- Ifham, Ahmad. 2015. *Ini lho Bank Syariah! Memahami Bank syariah Dengan Mudah*. Jakarta: gramedia Pustaka Utama.
- Ikit. 2015. *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indryani, dkk. 2022. *Metodologi Riset Ilmu Kebidanan*. Medan: Yayasan kita Menulis.
- Jumadi. 2022. *Manajemen Pemasaran Terpadu: Upaya Mawujudkan Loyalitas*. Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung.
- Jajuli, Sulaeman. 2015. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Joko Saputra, Wawancara dengan *Sub Branch Manajer Bank Muamalat KCP Tulungagung*, Tanggal 16 dan 18 Januari 2023.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2013. *Al-Qur'an Terjemah Perkata Asbabun Nuzul dan Tafsir Hadist*. Bandung: Semesta Al-Qur'an.
- Kotler, Philip. 2022. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Aditya Halim Perdana, dkk. 2020. *Brand Management: Esensi, Posisi, dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish .
- Miftah, A.A. dan Ambok Pangiuk. 2020. *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Malang: Ahlimedia Press.
- Mubarak, Zaki. 2021. *Penelitian Kuantitatif Dan Statistik Pendidikan: Cara Praktis Meneliti Berbasis Contoh Aplikasi dengan SPSS*. Tasikmalaya: CV. Pustaka Turats Press.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Badurrahman. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, dan jabar dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Kepemimpinan Menurut Islam*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nofinawati. 2015. *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. *Juris*, 14 (2). Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2015
- Perbankan Syariah. Data Statistik Perbankan Syariah, dalam <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>, diakses 9 November 2022.
- Prasetyo, Bambang D. dan Nufian S.Febriani. 2020. *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Pratama, Abdul Aziz Nugraha dan Fetria Eka Yudiana. 2022. *Perilaku Hijrah Konsumen Muslim*. Jakarta: Kencana.
- Prayitno, Dwi. 2009. *Belajar Olah data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI.
- Pujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, dan Syarifah Gustiawan. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian”. *Journal of Islamic Economics and Banking*, (Online), 2 (1): 144-163, (<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/1847>), diakses 28 Desember 2022.
- Purboyo, dkk. 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Kosentual Dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Riduwan dan Akdon.2013. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, Firdha Fadhilah dan Nurdin. 2020. “Pengaruh *Islamic Branding* Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk (Studi Kasus Minimarket Syariah Kitamart Cibatuh Bandung)”. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, (Online), 4 (1): 59-85, (https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Pengaruh+Islamic+Branding+Dan+Religiusitas+Terhadap+Keputusan+Konsumen+Membeli+Produk+%28Studi+Kasus+Minimarket+Syariah+Kitamart+Cibatu+Bandung%29&btnG=), diakses 19 Desember 2022.
- Rosita, Nina, Mahmud, dan Khuriyatul Mutrofin. 2021. “Pengaruh *Brand Image* dan Nisbah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Murabahah”. *Jurnal El-Idarah*, (Online), 1 (2): 1-21, (https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Pengaruh+Brand+Image+dan+Nisbah+Terhadap+Keputusan+Menjadi+Nasabah+Murabahah&btnG=), diakses 28 Desember 2022.
- Salim, Fajriah, Suyud Arif, dan Abrista Devi. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Suariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas IBN Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018”. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, (Online), 5 (2): 226-244, (<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/752>), diakses 19 Desember 2022.
- Santoso Imam dan Sa'diyah El Adawiyah. 2019. “*Branding Islam* Dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah”. *Journal of Business and Entrepreneurship*, (Online), 2 (1); 1-12, (<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/baskara/article/view/6197>) diakses 19 Desember 2022.

- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sinegar, Edison. 2022. *Riset Dan Seminar Sumber Daya Manusia*. Bandung: Widina Media Utama.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudarno, dkk. 2022. *Teori Penelitian Keuangan*. Malang: CV. Literasi Keuangan Abadi.
- Sudarso, Andriasan, dkk. 2020. *Majemen Merek*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarwan, Ujang, dkk. 2012. *Riset Pemasaran dan konsumen Seri 2*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Syaekhu, Ahmad dan Suprianto. 2021. *Teori Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wardana, Miko Andi dan Pande Putu Juniarta. 2022. *Pembentuk Niat Manjadi Nasabah Pada Bank Syariah*. Bali: CV Intelektual Manifes Media.
- Wertime, Kent. 2003. *Building Brands & Believers: Membangun Merek dan Pengikutnya*. Jakarta: Erlangga.

- Widarjono, Agus. 2015. *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijanarko, Agus dan Lucky Rachmawati. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan, *Islamic Branding*, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan keuangan Syariah”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, (Online), 3 (1): 104-116, (<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/32670>) diakses 19 Desember 2022.
- Yulianti, Rika, Marijati Sangen, dan Ahmad Rifani. 2016. “Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Banjarmasin”. *Jurnal Wawasan Manajemen*, (Online), 4 (2): 127-138, (https://web.archive.org/web/20180519235344id_/http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/viewFile/84/87), diakses 28 Desember 2022.
- Zelviean, Iendy. 2021. *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.