DAFTAR PUSTAKA

Aaker.D.A, Measuring Brand Equity Across Product and Markets, *California Management Review*. Vol 38, No. 3, 1996, hlm. 102.

Al-Hakim, Riko, Ika Mustika, dan Wiwin Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi," FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan) 4, No. 4 (2021): 263.

Al-Quran dan Terjemahannya, edisi Kementerian Agama (Jakarta: Lajnah, 2019), Q.S Al-Baqarah: 278

Aprilia, Dea, "Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Mawar Pada Masyarakat Solo Raya" (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2023).

Aprilia, Faijar, *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Indonesia*, 2022.

Arianty, Nel dan Ari Andira, "Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, no. 1 (2021), hlm. 39-50, https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766.

Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen*, hlm. 176.

Badan Pusat Statistik, Jumlah Penduduk Kab. Tulungagung Menurut Generasi Tahun 2020, https://tulungagungkab.bps.go.id, diakses 21 Juni 2025, pukul 20.30

Bank Panin Dubai Syariah, "Profil Bank Panin Dubai Syariah," Paninbanksyariah.co.id, diakses 25 November 2024, pukul 15.10.

Budi, Rayudaswati, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makassar: Kretakupa Print, 2010). hlm.27

Cahyani, Khoiriyah Indra dan Rr. Endang Sutrasmawati, "Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian," *Management Analysis Journal* 5, no. 4 (2016), hlm. 281–88, https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837.

Casriyanti, "*Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah*", Jurnal Inovasi Bisnis, Vol.2, No.1, 2020.

Darmadi, Sugiarto, and Tony Sitinjak, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas & Perilaku Merk* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004). hlm. 54.

Darmanto, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm.141-142

Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hlm. 24

Famawati, Ninda dan Firda Zulfa Fahriani, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Tungagung", *Jurnal Economics and Digital Business Review*, Vol. 4, No. 2 (2023), hlm 404.

Handayani, Weka Dwi, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)*, (Skripsi: Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).

Hendrajati, Danang, *Peran Islamic Advertising Ethics Dan Word Of Mouth Dalam Membangun Brand Awarness Nasabah*, (Skipsi: Universitas, 2020).

Huang, Wei and Laetitia Radder, *High Involvement and Low Involvement Products A Comparison of Brand Awareness Among Student at A South African Univercity*, (South Africa: 2008).

Humaemah, Ratu, M. Indrajit Roy, dan Hikmah Herdiana, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Minat Pembelian Produk Asuransi Syariah Pada Generasi Z," *Jurnal Syar'insurance (SIJAS)* 9, no. 2 (2023), hlm. 36–44.

Ihsan, Muhammd, *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bank Sumut Cabang Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Sitamiang Link IV Kota Padangsidimpuan)*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2023)

Keller & Kotler, *Strategic Brand Management: Building*, hlm. 245

Kiram, M. Rijalul, *Pengaruh Brand Awareness, Promosi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021)

Kotler dan Keller, *Marketing Management Edisi 14*, (Global Edition: Pearson Prentice Hall, 2012), hlm. 346.

Kotler, *Amstrong, Principles of Marketing: Sixteenth Edition Global Edition* (England: Paerson Education Limited, 2016), hlm.188

Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, hlm.175

Kurniawan, Asep, Metodologi Penelitian Pendidikan (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018).

Kurniawati, Ria, Gatot Nazir Ahmad, dan Agung Dharmawan Buchdadi, "Niat Menggunakan Bank Syariah Pada Generasi Z Di Indonesia," *Management Studies and ...* 4, no. 5 (2023), hlm. 7169–7178, https://www.yrpipku.com/journal/index.php/msej/article/view/2008.

Kusrini, Setiawan Dwi Endah, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2010), hlm.64 https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Tulungagung diakses pada tanggal 20 Maret 2025 pukul 15.00

Kusrini, Setiawan Dwi Endah, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2010), hlm.64

Laporan Tahunan Bank Panin Dubai Syariah Tahun 2020, hlm. 38-39.

M. S., Badusah, *No TitleKomunikasi Pemasaran: Strategi Dan Implementasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

Maulana, Fajar Rezky, dkk , *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah,* (Skripsi: Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2020).

Mowen, John, C., dan Minor, M, *Perilaku Konsumen*, (Erlangga: Jakarta, 2002).

Nasution, Hamni Fadlilah, "Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Al-Masharif: Jurnal Ekonomi Dan Keislaman* 4, no. 1 (2016): 64.

Nofrita, Ria, "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yag terdaftar di BEI)", *Jurnal Akuntansi*, 1.1 (2019), Hlm.9

Otoritas Jasa Keuangan, "Data Statistik Perbankan Syariah," www.ojk.go.id, diakses 20 Desember 2024, pukul 15.05.

Plummer, Joseph, Word of Mouth a New Advertising Discipline, *Journal of. Advertising* (2007).

Priansa, Donni Juni, *PERILAKU KONSUMEN : Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2021).

Priyadi, Unggul, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 1st ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019).

Rachmawati, Afrian dan Gusti Oka Widana, "*Pengaruh Cosumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah*", Jurnal Studi ekonomi Syariah, Vol.5, No.1, 2019

Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.109

Salam, Fitri Yana, Rafika Rahmawati, "Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image* dan *Media communication* Terhadap minat Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi", Paradigma, Vol.17 No.1, (2020), hlm.40

Salsabila, Suci Mutiara, *Pengaruh Brand Image, Digital Marketing, Dan Religuisitas Terhadap Proses Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indoenesia Di Tangerang Selatan,* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022)

Sarwono, Jonathan Dan Tutty Martadiredja, *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm.143-144

Shintia, Novi, Muhammad Teguh Nuryadin dan Waldi Anwar, "*Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk BNI Taplus pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Banjarmasin*", Jurnal Mu'amalah dan Ekonomi Syari'ah, Vol.7, 2019.

Suciningtyas, Wulan, "Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image,* dan *Media Communication* Terhadap Keputusan Pembelian," *Management Analysis Journal 1*, no. 1 (2019), hlm. 1-8.

Sugiarto, et.al, *Teknik Sampling*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 2.Sutoyo Anwar, *Pemahaman Individu: Observasi, Checklist, Kuesioner Dan Sosiometri*, ed. Panggih Wahyu Nugroho, Ed. Rev; C (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014).

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: Alfabeta,2018), hlm. 13.

Sutisna and Miftah F. Rakhmat, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001).

T. Candra Andhika Husni, Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI), (Skripsi: Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).

Terry, George R, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Bumi Aksara, 2013).

Tjokroaminoto, Jessica and M.Sc. Yohanes Sondang Kunto, S.Si, "Analisa Pengaruh Brand Image Dan Company Image Terhadap Loyalitas Retailer Studi Kasus PT Asia Paramita Indah," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2019): 1–11.

Ulfah, Cut Dilam Chalida, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Periklanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019)

Wahidmaheni, Arum, *Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Brand Awareness Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Produk Tabungan Haji*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019)

Wawancara, tanggal 29 Oktober 2024 di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.

Wikipedia, Bank Panin Dubai Syariah https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Panin Dubai Syariah Bank, diakses 15 Maret 2025, pukul 13.00

Wikipedia, Kabupaten Tulungagung https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Tulungagung, diakses 20 Maret 2025, pukul 15.00

Yola, Lola Febri, "Pengaruh *Digital Marketing, Brand Image* Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BSI Kota Tangerang", (2022), hlm. 6.

Yuliana, Amnidi, *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk dan Jasa di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pancor*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram, 2020)

Yusup, Febrianawati, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, No. 1 (2018), hlm. 18.