

DAFTAR PUSTAKA

- Addury, M.M, (2017). "Bank Syariah Dalam Perspektif Nasabah Muslim". Jurnal Studi Keislaman. Vol. 1. No.1.
- Alma, B. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: CV. Alfabeta, 2003. 85.
- Andrianto, M.A.F. *Manajemen Bank Syariah*. Surabaya: Qiara Media, 2019. Cet 1. 24-25.
- Ascarya. 2007. "*Akad dan Produk Bank Syariah*". Ed 1. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bimo, W. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi. h. 88.
- Chanafi Ibrahim, H.R. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *EQUILIBRUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 19.
- Dapid, S. J. (2022). Pengaruh Persepsi Masyarakat Kecamatan Suli Barat Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 122.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: CV Wicaksana. 2016.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Provinsi DKI Jakarta. *Daftar Kecamatan dan Kelurahan se Jakarta Utara*. www.utara.jakarta.go.id. Accessed 8 Januari 2022.
- Fariani, E., Rialdi, M. H., & Fuda Yani, P. E. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank

- Syariah Indonesia. *Al-Ahkam: Jurnal Syariah dan Peradilan Islam*. 1 (2), 1-17. 2021.
- Febrianto, H. D., dan Dyah Titis, K.W. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Journal of Macroeconomics and Sosial Development*, Volume: 1, No. 2. 1-22.
- Ghozali, Imam. (2018). Analisis Multivaiate Dengan Program IBM SPSS 19. 5th ed. Kendal: UNDIP Press, 2011. *Desain Penelitian Kuantitaif dan Kualitatif*. Semarang: YogaPratama, 2018.
- Hakim, M. R. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Tangerang Selatan: Faza Media, 2017. 21-22.
- Hasriani. (2022). Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonsia (BSI). *Jurnal Persepsi Masyarakat*, 105.
- Hedianto, D. *Creative Selling Everyday*. Elex Media Komputindo. 88-89.
- Hendrawan Bambang, dan Imran (2017). Pengaruh Pesepsi Masyaakat Batam Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Business Administration Politeknik Negeri Batam*, 10.
- Heriska, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Islamic Economis and Finance*. Vol 1. No. 4.
- Heru Cahyono, Nur Muhammad, F. A., Tarjono, A. M. (2021). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat

- Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2 (2), h. 167.
- Hida Alfathin Mila Ulwiya, N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan persepsi religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus di Bank Syariah Indonesia cabang Semarang). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah UIN Walisongo Semarang*, 15.
- Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2 (2), 131- 139.
- Imran. Hendrawan B. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Of Business Administration*. Vol 1. No. 2.
- Kotler, Philip. 2009. "*Manajemen Pemasaran*". Jilid 2, Ed 3. Jakarta: PT Ikrar Erlangga. h. 4.
- Muhammad, A. Y. 2018. "*Aspek Hukum Perbankan Syariah dan Teori Kepratik*". Ed 1. Yogyakarta: CV. Budi Utama. h. 40-45.
- Munajim Ahmad, Sukarnoto, T. dkk. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin) . *Journal Of Economy Banking*, 8.
- Mutawalli, M. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank di Makassar. *Jurnal Ekonomi Islam*, 95.

- Najati. *Psikologi dalam Al-Qur'an dalam Penyembuhan Kejiwaan*. Bandung: Pustaka Setia. 2015.
- Nugroho, J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. h. 91. 2003.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Bank Umum*. Jakarta: Copyright Otoritas Jasa Keuangan, 2017.
- _____, Statistik Perbankan Syariah. *Laporan-Laporan Total Aset Tahun 2019, 2020, 2021 dan 2022*. Accessed 12 Maret 2024. www.ojk.go.id.
- Rafi, I., Pranoto, E., dan Muhammad, I. I. (2024). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*. Vol. 2. No. 1. h. 63-72.
- Riani, F. S. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Prdouk Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Kemiliang Bandar Lampung). *Jurnal Ekonom Islam*, 114.
- Rustdianto, H. dan Ibrahim C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 43-61.
- Saadah, A. dan Widyananto, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Prinsip Syariah Islam Terhadap Minat Memilih Bank Syariah. *Journal Islamic Ecomomic and Finance*. Vol. 2. No. 1. 57-55.
- Shaleh, A.A dan Muhib Abdul W. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam)*. Jakarta: Kencana, 2004. 264.

- Sudarsono, H. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogarakarta: EKONIS. 2008 43.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, W. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI dan TAFAKUL) dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Prasada. 2004.
- Saputra Hendrik, M. K. (2019). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor Yang Mempengaruhinya. Bandung: Rineka Cipta. h. 180.
- Suleman, D. (2018). Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja di Sebuah E-Commercer. *Jurnal JDM Vol. 1 No.1*.
- Syahriyal. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darusallam*, 18.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Bagi Hasil, yang direvisi dengan UU No. 10 tahun 1998, bank syariah dan lembaga keuangan non bank tumbuh dengan pesat.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Pratama, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif

- Membeli Dikalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 46- 54.
- Wadaramah. (2022) “Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi.” *Al-Fiddoh* 3, no. 1: 16.
- Wardayati, S.M. (2011). Implikasi *Shariah Governance* Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah. Walisongo: *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 19 (1). 1-24.
- Yulianti, I. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan Wakaf di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Samarinda. *Ekonomis: Journal of Economis and Business*, 6 (1), 183-189.
- Yusman, M.A. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dan Teori Kepratik*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018. 40-45.
- Zikri Ulya. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan. Promosi terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol 9. No. 3.
- Zulianto Aris.(2019). Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo. *Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*.Vol. 19.