

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Nani Hamdani, *Perilaku Konsumen dalam E-Commerce*, Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Badjamal, Faigah dkk. *Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung di Kota Palu*. Jurnal Ekonomi Trend (2019), 7(2): 2722 – 6565.
- Bancin, John Budiman. *Citra Merek dan Word of Mouth Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021.
- Bisnis Finansial. “Yusuf Hamka vs Bank Syariah, OJK: Itu Kesalahpahaman Komunikasi.”
<https://finansial.bisnis.com/read/202110726/231/142182/yusuf-hamka-vs-bank-syariah-ojk-itu-kesalahpahaman-komunikasi>.
- Canton, Bill, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990.
- Claretta, Dyva, Farikha Rachmawati, *Inovasi dan Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*, Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022.
- Fani, Meiti. *Analisis Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung dengan Brand Equity sebagai Variabel Mediasi pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Perdagangan*. Skripsi UIN Sumatera Utara (2023).
- Fenanda, Zakiah Intan, Nihayatu Aslamatis Solekah. *Analisis Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung dengan Brand Equity sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Iqtishoduna (2018), 14(2: 103-122.
- Furnawati, Raudhah dkk. *Pengaruh Pendapatan, Religiositas, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung di*

- Bank Syariah Kabupaten Bungo*. Jurnal Paradigma Ekonomika (2022), 17(4): 743 – 750.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Hakim, Muhammad Arief Rachman. *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Islam Kota Malang)*. Jurnal Universitas Brawijaya (2020), 8(20).
- Hamdani, Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Irawan, Edi, *Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis: Suatu Tujuan Literatur*. Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen (2023), 1(3): 293-303.
- Kencana, Puspita, *Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk, dan Iklan Online terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia pada Generasi Z (Studi Kasus Masyarakat Jabodetabek)*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2023).
- Khusnah, Reza Atik Indahal, Musyafa, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Jepara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2023), 9(3): 4135 – 4143.
- Maulana, Fajar Rezky dkk. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*. Global Journal of Islamic Banking and Finance (2020), 2(2): 2684 – 8554.
- Mutmainnah, Nur Ainul, Nihayatu, *The Effect of Word of Mouth, Service Quality, Location on Decision to be Customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang*. Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi (2023), 7(2): 589 – 598.

- Musyaffi, Ayatullah Michael. *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM PLS) Menggunakan SmartPLS*, Tangerang: Pascal Books, 2021.
- Nuzula, Saida Firdausi dkk, *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro*. *Journal of Management and Sharia Business* (2021), 1(1): 31 – 48.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). “Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia Tahun 2022.” Jakarta, 2022.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). “Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia Tahun 2023.” Jakarta, 2023.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Penerjemah: Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Priansa, Donni Juni, *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*, Bandung: CV. Pustaka Setia 2017.
- Puspita, Veny. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank BRI Cabang S. Parman Bengkulu*. *Creative Research Management Journal* (2020), 3(1).
- Putri, Nanda Hanifah dkk. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* (2022), 3(5): 504 – 514.
- Ronaldo, Reza. *Produk Asuransi: Antara Minat Beli dan Citra Perusahaan* (Jawa Tengah: Amerta Media, 2021).
- Salim, Fajriah dkk. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Banking, dan Religiositas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018*. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* (2022), 5(2): 226-244.

- Saputri, Indah dkk. *Pengaruh Pengetahuan dan Minat Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah di Kelurahan Helvetia*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis, (2022), 2(3): 702-707.
- Sariah, Indra, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiositas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking terhadap Keputusan Menabung Gen Z. Studi Kasus Nasabah BSI Jabodetabek*. Economics Reviews Journal (2024), 3(3): 2159 – 2171.
- Sholikha, Khamilatus dkk. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiositas, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Warta Ekonomi (2024), 7(1): 78 – 87.
- Simanjuntak, Owen De Pinto. *Pengaruh Word of Mouth dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung di Bank Central Asia KCP Iskandar Muda Medan*. Jurnal Mutiara Manajemen (2024), 9(1): 121-128.
- Sudarso, Andriasan. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan hasil riset pada hotel berbintang di Sumatera Utara, Yogyakarta: Deepublish, 2016*.
- Sugiarti, Dian. *Literasi Keuangan Syariah Gen Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta)*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2023), 9(1): 766 – 772.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabet, 2019.
- Sundari, Eva, *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank terhadap Loyalitas Nasabah dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru)*, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2021. Cetakan pertama.
- Supiani dkk. *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. Journal Islamic Banking and Finance (2021), 1(1): 49 – 58.

- Sutojo, Siswanto. *Membangun Citra Perusahaan: Building the Corporate Image Sebuah Sarana Penunjang Keberhasilan Pemasaran*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004).
- Syarifah, Nurasiyah. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung: Studi Kasus Bank Muamalat KC Medan Balai Kota*. Jurnal Kajian dan Ekonomi Islam (2024), 5(4).
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre. “Indonesia Moeslim Population.” rissc.jo, 2022. <https://rissc.jo/english-publications>.
- Thohari, Cindy Claudia, Luqman Hakim. *Peran Religiositas sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Pendidikan Akuntansi (2021), 9(1): 46-57.
- Wijanarko, Agus, Lucky Rachmawati. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiositas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam (2020), 3(1): 104-116.
- Yamin, Sofyan. *Olah Data Statistik: SmartPLS, AMOS, dan STATA*, Bekasi: PT. Dewangga Energi Internasional, 2021.
- Yudawisastra, Helin dkk. *Teori-teori Perilaku Konsumen*, Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2024.
- Yolanda, Agnita dkk. *Peranan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Perusahaan*. Medan: Cattleya Darmaya Fortuna, 2021.