

## DAFTAR PUSTAKA

### **BUKU :**

*Antonio Syafi'i, (2001), Bank Syariah dan praktek, Jakarta :Gema Insani*

*Antonio, Muhammad Syafi'I & Perwataatmadja, Karnaen, (1992), Apa dan Bagaimana BANK ISLAM, Yogyakarta: Veresia Grafika*

*Azis, M. A. (2019). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah.*

*Sugiono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta. h. 60*

*Arikunto, S. (2008). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Jaya.*

*<https://rizkiamalifebriani.wordpress.com/2013/04/19/pengertian-cara-pengumpulan-dan-jenis-jenis-data-dan-sample/>*

*Sugiyono, Statistika untuk Penelitian (Alfabeta: Bandung 2017) hal 61*

*Suryani Metode Riset Kuantitatif (Jakarta: Prenamedia group) hal 83*

*Syofian Siregar, Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif dilengkapi dengan*

*Abdullah Amrin, Asuransi Syariah, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006) h. 87.*

*Khalid bin Abd Allah al-Muslih, al-Hawafiz..., h. 10.*

*Anton M. Moeliono, dkk, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka,*

*KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia).*

Departemen agama RI Al-quran dan terjemahan (Al-qur'an surah An-nisa ayat 29).

Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung: Cv Media Fitrah Rabbani, 2009), h.45

Sora N, Pengertian promosi dan tujuannya secara jelas, Dalam jurnal Ekonomi Tahun 2015, h.3.

Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Bank Syariah, Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2014.

Adiwarman A. Karim, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 206-207  
13

2M. Syafei Antonio, Bank syariah suatu pengenalan umum, (Jakarta: Tazkia institute dan

BI, 1999) Cet. Ke-I, h.129. 13 Rachmat Syafei, fiqh muamalah, (Bandung: pustaka setia, 2001) h.223

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Kementrian Agama RI. Qur'an In Word dan Terjemahannya.

Sofjan Assamri, Manajemen Pemasara, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015) hal.176

### **SKRIPSI dan JURNAL :**

**CUT RENI ANGGREINI. (2019). SKRIPSI PENGARUH BAGI HASIL , PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG DI BNI SYARIAH BANDA ACEH Disusun Oleh : CUT RENI ANGGREINI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.**

- Isnaeni Pamilih?, R. W. (2020). Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. 9(2), 569–583. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.39452>*
- MANTORO, D. (2019). Analisis pengaruh promosi, persepsi bagi hasil, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.*
- MOCHAMMAD YOGA ARIFianto. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Magelang) SKRIPSI.*
- PRASSETIO, E. (2017). No TitlePENGARUH TINGKAT NISBAH BAGI HASIL, PENERAPAN AKAD, CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA LEMBAGA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH ( STUDI KASUS MASYARAKAT TANGERANG SELATAN).*
- Influence Of Products , Religiosity , and Systems On Results On Customers ' Decisions In Syariah Banks ( Studies Qhaerunnisa1), Andika Rusli2), H., & Jurusan. (2020). BANK SYARIAH ( Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Palopo ) on Islamic Banking in Palopo City ) Latar Belakang Dalam perekonomian suatu negar.*
- Hamzah. A.(2018). PENGARUH PELAYANA AGEN BRI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. CABANG RAHA.*
- Asmar, K. H. (2019). Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank Bri Syariah Kcp Sudirman Lubuk Pakam. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.*

- Agustin, H. (2021). *Teori Bank Syariah. JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, April, 2021, Vol.2, No.1:67-83
- Harlim, C. B., & Jurusan. (2016). *ANALISIS PENGARUH BAGI HASIL, PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT KOTA BIMA DI BANK NTB SYARIAH* Nama. <https://Medium.Com/.https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Atanasius Hardian Permana Yogiarto. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. 2(1), 165.
- Wahab, W. (2016). *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1(2), 167–184.
- Muclis Yahya, Edy Yusuf Agunggunanto, *Teori Bagi Hasil (Profit and Loss Sharing) dan Perbankan Syariah dalam Kelompok Ekonomi Syariah, Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan Vol.1, No.1, 2011. hal.67*
- Junip Efendi Ritonga. *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Dan Layanan ATM Terhadap Minat Nasabah PT Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2015, h. 3538*
- RAFIKA. (2020). *No Title Pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah menabung di BTN Syariah KCPS Pare-pare.*
- LUBIS, I. M. (2019). *PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan).*

- Adiwarman Karim (Dalam LUBIS, I. M. (2019). PENGARUH BAGI HASIL, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN TABUNGAN MUDHARABAH (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan) , Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h. 206-209*
- NURMASIDA, C. (2020). PENGERTIAN.PROMOSI.PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA IAIN PALU FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM MENABUNG DI BANK BRI SYARIAH PALU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.*
- Salwati (2019). Promosi Tabungan IB HASASANAH Pada Bank BNI Syariah Cabang Kendari, Jurnal Skripsi Program Study Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Kendari, (hal.12-1)*
- Afi Khairunnisa. (2020). PENGARUH PROMOSI, PEMAHAMAN BAGI HASIL, KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH THE. <https://Medium.Com/>. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>*
- Wicaksono, A. Y., & Kepada. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT DESA KURIPAN MENABUNG DI BANK SYARIAH.*
- NIM, F. K. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN PROMOSI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (studi kasus pada masyarakat Desa Kertomulyo ).*
- Endang Novita Sari (2018),Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menbaung Mahasiswa PRODI Perbankan Syariah Di Bank*

Syariah Kota Kendari., *Jurnal Skripsi Program Study Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Kendari*, (hal 20-26)

Taslim. (2018). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK BNI SYARIAH KCP WONOMULYO SKRIPSI.*

Yogiarto, Atanasius Hardian Permana. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.*

Agung Satrio Elhamidy. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan word of Mouth terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*

