

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, D., Putra, H. M., & Ahyani, H. (2022). *Sumber Dan Norma Ekonomi Syariah Dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Perbankan Syariah Dan Koperasi Syariah*. *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v3i1.667>
- Adhiehendra, B. G., & Hirianto, R. F. A. (2021). *Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Niat Pembelian Dan Niat Untuk Merekomendasikan* (Studi Pada Pt. Telkom Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 25(2), 160–172.
- Ahmad, F. (2019). *Pengaruh Iklan, Citra Mouth Perusahaan , Word Of Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada Bri Syariah Kantor Cabang Semarang). *Aya η*, 8(5), 55.
- Ali, K. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro*. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 11(2), 1–9.
- Amzah, M. Z. (2014). *Pengaruh motivasi terhadap keputusan mahasiswa menabung di Bank Syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan)*(pp.1114).<http://etd.iainpadangsidimpuan.ac.id/id/eprint/542>
- Arrias, J. C., Alvarado, D., & Calderón, M. (2019). *Pengaruh iklan, citra perusahaan, word of mouth dan lokasi terhadap keputusan menabung dengan minat menabung sebagai variabel intervening*. 5–10.
- Aswir, & Misbah, H. (2018). *Analisis pengaruh iklan, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di pt. Bprs dana mulia surakarta*. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-768878%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594->

- 2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.138/s41559-019-0877-3%0Aht
- Azizah. (2021). *Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5
- Bimrew Sendekie Belay. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Para Guru Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Bsi)*. *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Chasanah, U. (2013). *Pengaruh Syariah Compliance , Brand Image Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bri Syariah Kcp Ungaran)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Dennis Eka. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Depok. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–85.
- Ekawaty, N., Athallah, D. H., & Anwar, F. N. A. (2020). *Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 01–11.
<https://doi.org/10.33096/jmb.v7i1.353>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Iklan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)*.
- Farisi, S. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. *Publikasi Ilmiah*, 689–705.
<http://hdl.handle.net/11617/9995>

- Fatimah, S., Midesia, S., & Fahriansah. (2021). Pengaruh Pelayanan, Iklan Dan Publisitas. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 5, 123.
- Fidina Setyawati. (2021). *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan nasabah menabung di pt. bank bri syariah kantor cabang pembantu pamulang.*
- Hana, K. F., Aini, M., & Putri Karsono, L. D. (2022). *Pandemi Covid 19: Bagaimana Kondisi Likuiditas Bank Syariah di Indonesia? Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(1), 16. <https://doi.org/10.31000/almaal.v4i1.5840>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Amanah, D. (2017). *Pengaruh Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi di Universitas Islam Sumatera Utara. Prosiding Seminar Nasional & Konferensi Forum Manajemen Indonesia (FMI 9), Semarang, 9, 1–12.* <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8ZG6N>
- Haruna, R. (2017). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Memilih UIN Alauddin Makassar. Jurnal Komodifikasi*, 5(1), 51–64.
- Inayah, N. (2017). *Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Di PT. BPRS Puduarta Insani).* 1–6.
- Julioe, R. (2017). *Pengaruh Citra Bank Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Dengan Variabel Mediasi Word Of Mouth Pada Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya. Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Kosanke, R. M. (2019). *Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang).*
- Laela, S., & Sadiq, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia. Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i1.304>
- Lestari, S. (2022). *Pengaruh dan word of mouth aksesibilitas, etika*

- pemasaran islam terhadap keputusan menabung dengan minat sebagai variabel intervening.* <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/13250/>
- Lubis, A. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial Dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.* 19710526.
- M Nurlina. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Masyrurroh, E. Y. (2018). *Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology ISSN 2622 - 9404. Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 499–517.
- Muhammad Nasrullah, R. I. et. al. (2017). *Manajemen Risiko Perbankan Syari ' ah. III*(December 2009), 151–165.
- Novita, D. (2021). *Pengaruh public relations dan iklan terhadap keputusan nasabah memilih bprs adam kota bengkelu (studi pada nasabah bprs adam*[http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/5459%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/5459/1/SKRIPSI Diana Novita PDF.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/5459%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/5459/1/SKRIPSI_Diana_Novita_PDF.pdf)
- Ns. Arif Munandar, S.Kep., M. K. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi.* In *News.Ge* (Issue August).
- Nugroho, R. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Word of Mouth, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bprs Sukowati Sragen).* *Skripsi*, 1–176.
- Ofori, D. A., Anjarwalla, P., Mwaura, L., Jamnadass, R., Stevenson, P. C., Smith, P., Koch, W., Kukula-Koch, W., Marzec, Z., Kasperek, E., Wyszogrodzka-Koma, L., Szwerc, W., Asakawa, Y., Moradi, S., Barati, A., Khayyat, S. A., Roselin, L. S., Jaafar, F. M., Osman,

- C. P., ... Slaton, N. (2020). *Pengaruh Reputasi, Pengetahuan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim Kabupaten Boyolali)*". In *Molecules* (Vol. 2, Issue 1). <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0Ahttp://www.scirp.org/journal/PaperDownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.201>
- Oktiani, A., & Marlianti, N. (2020). *Pengaruh Iklan, Pester Power Dan Penempatan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Orang Tua Pada Kinder Joy Di Giant Ekspress Mataram. Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(2), 149–156. <https://doi.org/10.47492/jih.v9i2.288>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Purnomo, R. B. (2020). *Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Semarang)*. 6(2), 1–105.
- Putra, W. W. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online (studi pada konsumen erigo official shop shopee.co.id di kota malang)*.
- Ramadhan, F. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Materialisme Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Laptop Asus Di Kota Samarinda. E-Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman*, 3(3), 255230.
- Rohman, Z. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Literasi Keuangan Syariah , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Di Bmt Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (SI) Dalam Bidang Ekonomi Syariah (ES) Oleh : Zulfatur Rohmah Institut Ag.*

- Rokhim, A. (2019). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Public Relations Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bpr Sentral Arta Asia Lumajang. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Santhi, D. (2021). *Analisis Strukturalis Pada Iklan M-Banking Bca Mobile Di Televisi. Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.22515/tabasa.v2i1.3351>
- Setyarini, A. (2020). *Analisis Pengaruh CAR, NPL, NIM, BOPO, LDR Terhadap ROA (Studi Pada Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia Periode 2015-2018) Research Fair Unisri*, 4(1), 282290. <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3409>
- Setyorini, A. P., & Ratno, F. A. (2020). *Pengaruh Promotional Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah. Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 83–92. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9045>
- Suparyanto dan Rosad. (2020). *Pengaruh Reputasi, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Anggota Produk Simpanan Masyarakat Syariah Pada Bmt Istiqomah Plosokandang Tulungagung. Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Suyudi, M., Sailawati, & Selviana, G. (2021). *Jurnal Eksis ISSN : 0216-6437 ISSN 2722-9327 (online) Jurnal Eksis. Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, 16(1), 97105. <http://ejournal.polnes.ac.id/index.php/eksis/article/view/1330/52>
- Tanuwidjaya, T. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Periklanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt Bpr Dana Fanindo. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1975.
- Utami, Y. C., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). *Kepuasan Nasabah*

- Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Dan Persepsi Klaim Nasabah (Studi Pada Kc Ajab Bumiputera 1912 Surakarta). Jurnal Ilmiah Edunomika, 4(01), 31–38.*
<https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.852>
- Wati, Y. (2019). *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Menabung pada Bank BRI Syariah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Sragen Atrium). Salatiga : IAIN Salatiga, Skripsi.*
<http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/6345/1/SKRIPSIYuliana63010150225.pdf>
- Wicaksana, A. (2016). *Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario (Studi Pada Kecamatan Balen Bojonegoro) N Ristanti - 2017.*
<https://Medium.Com/>, 7–30.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Widyantari, D. S. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bca Syariah.*
- Wulandari, A., & Rasipan. (2017). *Peran Reputasi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 14(2), 121–132.*
- Wulandari, S. (2021). *Pengaruh Strategi Word of Mouth dan religiusitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariaah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura). 1966.*
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Wulansari, E. (2020). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Reputasi Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih BANK Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Salatiga). SKRIPSI. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.*
- Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko. (n.d.). 88–108.

- Yulianti, F. (2022). , *Pengaruh Reputasi Dan Produk Bank Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat Palopo*. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4799/1/Fitri Yulianti.pdf>
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). *Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah)*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4 (1), 14. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.989>
- Zainullah, Sani Supriyanto, A., & Siswanto. (2021). *Pengaruh Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Anggota Di Ksp Bmt Ugt Sidogiri Cabang Pamekasan*. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 317–326. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7419](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7419)
- Zuhri, C. M. Z. (2018). ... *Citra Merek, Personal Selling Dan Advertising Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bni Syariah Kc* <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/4954>
- Zulaekha, S. (2019). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)*. 135.
- Zulianto, A., Rohmatullaili, N., & Maula, V. L. (2022). *Analisis Strategi Penghimpunan Dana Dalam Produk Deposito Mudharabah Pada KCP Bank Syariah Indonesia Sumberrejo Bojonegoro*. *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 58.