

## DAFTAR PUSTAKA

- BJBS (2013). *Profil Bank BJB Syariah*. Diambil kembali dari Tentang kami: <https://www.bjbsyariah.co.id/profil>
- BJBS (2013). *Visi dan Misi Bank BJB Syariah*. Diambil kembali dari Tentang kami: <https://www.bjbsyariah.co.id/visi-misi>
- databoks. (2022, Mei 02). *Jawa Barat Dapat Kuota Haji Reguler Terbanyak Pada 2022*. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/02/jawa-barat-dapat-kuota-haji-reguler-terbanyak-pada-2022>
- OJK. (2022). Statistik Perbankan Syariah - Februari 2022. Dipetik Oktober 20, 2022, dari Statistik Perbankan Syariah: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Februari-2022.asp.x>
- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *1*(1).
- Al Arif, R. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Hafidz Ibnu Katsir Ad-dimasyqy, Abi Fada', *Tafsir Ibnu Katsir*, Juz II, Bairut; Darul Kutub Ilmiah, 2006
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anas, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *ekonomi syariah*, *5*(1).
- Angipora, M.P., (1999). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Annisa, L., Sari, N., & Nurlina, E. (2021, Oktober). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *6*(2).
- Basu, S. (2000). *Menejemen Pemasaran Moderen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Benu, F. L., & Benu, A. S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Boroma, S. M., & Mootalu, R. R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. *Journal Ekonomi Syariah* Vol. 1 No. 1, 34-43.

- Daulay, A. (2017). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Human Falah*, 4(1), 105-136.
- Erlinda, V., & Doli, H. (2013). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Oleh Nasabah Tabungan Haji. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 180-192.
- Faizah. (2013). Sistem Pengelolaan Tabungan Maburur Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fathudin, Muhajir, & Inayah, A. U. (2019, Desember). faktor pelayanan, promosi dan reputasi terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan haji pada BRI syariah KCP Magelang. *Hukum dan Ekonomi Islam*, 2(2).
- Gunawan, C. (2020). Mahir Menguasai SPSS : Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian.
- Hasibuan, R. R., Alfariqi, I., Pane, R., & Andrianti, S. (2022). Analisis Peran Bank Syariah Dalam Perekonomian Masyarakat: Studi Kasus Masyarakat Kota Binjai. *Religi Education Social Laa Roiba Journal*, 4(3), 765-779.
- Hayat. (2014, Desember). Globalisasi Perbankan Syariah. 3-4.
- Jtiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Kara, M. (2011). *Kebijakan Perbankan Syariah di Indonesia*. Makassar: Alauddin University Perss.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2012). *Dasar-dasar Perbankan edisi revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, M. M., & Jannah, N. (2022). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Muamalat KCU Medan Baru. *Jurnal ilmu komputer, ekonomi dan manajemen*, 2(1), 2398-2406.
- Kismono. (2001). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler; Armstrong,. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kottler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kottler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi Kesebelas ed.). (B. Molan, Penerj.) Jakarta: Indeks.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2, Edisi Ketiga Belas ed.). (B. Sabran, Penerj.) Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Machmud, A. (2009). *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Bandung: Erlangga.
- Malayu, H. (2007). *Manajemen Sumber daya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Maria, M. (2013, April). pengaruh kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 6 No 1, 2.
- Mubin, U. M., & Angraini, N. N. (2021, Januari). pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk kafalah haji di KSPPS MUI Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Muhammad. (2014). *Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyani, R. (2019). pengaruh reputasi dan promosi terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji pada bank syariah mandiri Cabang banda Aceh.
- Oktaviani, I. (2010). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri. (*Program strata satu atau Departemen Menejemen Insitut Pertanian Bogor, 2010*), 3.
- Paramitha, Y. C., & Arafah, S. (2019). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji pada PT bank Sumut syariah KCP Marelan Raya. 1(1).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Bery, L. (1998). A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Servqual. *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1.
- Pelaku Bisnis. (2019). *Pemerintah Tingkatan Pelayanan Penyelenggaraan Haji*. Diambil kembali dari Pelaku Bisnis: <https://pelakubisnis.com>
- Pertiwi, D. (2012, Desember). Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran. 1 no 1.
- Rakhmanita, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah. Vol 2(No 2).
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwita, A. (2017). pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah unutup menabung. *jurnal ilmiah manajemen dan akuntansi*, 4(1)
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT INDEKS.
- Shafiyurrahman, Mubarakfury. *Al-Misbah Al-Munir fi Tahzib Tafsis Ibnu Kasir*. Riyadh: Darussalam, t.t.
- Siregar, S. (2014). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka baru Press.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosda Karya.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017, Januari). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Lesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Depok. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19-46.
- Tjiptono, F. (2005). *Total Quality Service*. Jakarta: Andi Publiser.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2007). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tohari, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah BEI IAIN Syekh Nurjati Cirebon. *Skripsi Instrtut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon*.
- Umiyati, & Syaima, N. (2018). merek, reputasi, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap proses keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Jabar Syariah KCP.Ciputat. *vol 7(no 2)*.
- Zahara, H. (2020). pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan iB baitullah pada BNI Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Nisbah*, 6(1).