

DAFTAR PUSTAKA

- Aabdul, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kantor terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Cicalengka. *Jurnal Dimamu*, 1(1), 12–22.
- Abdullah, dkk. (2014). Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan 3. Jakarta : Rajawali Pres
- Agustus. Arifin, S. (2011). "Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah". *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 8(1).
- Anggraeni, dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1).
- Anggraini, Ivana. (2018). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh. Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar – Raniry.
- Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Bank Syariah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Bahar, Arfiani & Sjahrudin, H. (2015). "Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang". *Jurnal Organisasi dan Manajemen*.
- Cantika, T. P., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *EMBISS*, 1(2).
- Darni. (2019). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar
- Dora, Y. M., & Sukma, C.-. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Online Shop Ig Mamameramu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(2), 81–91.
<https://doi.org/10.29313/performa.v19i2.10095>

- Faisal, Badroen. 2006. *Etika Bisnis Islam*. Semarang : Walisongo Press
- Fatimatuzzahroh, S. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi Di Tenun Ethnic Troso Jepara)*.
- Fitrianingsih, F., Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 478–485. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.592>
- Frasista, N., & Stephanus Z. Gunawan. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pelayanan Terhadap Kepuasan Na-sabah Pada Pt. Bank Centralasia, Tbk. *JEBI*, 9(1), 76–91.
- Gautama, S. B. (2018). *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*. jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/TZ/
- Ghozali, Mohamad. 2021. Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah. *Dimasejati*, 3(1), 65 – 76.
- Hibatullah, & Khuzaini. (2019). Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian di tb. rejeki agung surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, nomor 11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta : Erlangga.
- L, Fauroni. 2006. *Etika Bisnis dalam Al-Quran*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren
- Lonan, J. F., Ogi, I. W. J. M., & Karuntu, M. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia (Studi Mahasiswa Di FEB Unsrat). *102 Jurnal EMBA*, 11(3), 102–112.
- Lutfi, S. (2017) Pengaruh Store Atsmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Pasar Umum Pasirian Lumajang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 1(1).

- Mimi, & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 124–131. <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.186>
- Musa, M. A., Sukor, M. E. A., Ismail, M. N., & Elias, M. R. F. (2020). Islamic business ethics and practices of Islamic banks: Perceptions of Islamic bank employees in Gulf cooperation countries and Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(5), 1009–1031. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2016-0080>
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Dalam Presfektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1), 50–58.
- Nola Mardita, C., Hariadi, S., Ariani, M., & Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya, F. (2023). Analisis Minat Masyarakat Muslim Terhadap Perbankan Syariah di Surabaya. *Jurnal Ilmiah MEA*, 7(3), 2023.
- Permatasari, I. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., Riskarini, D., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pancasila, U. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *JIMP*, 1(2), 56–65.
- Puteri, H. E. (2020). Menentukan Populasi dan Sampel. *Riset Ekonomi Dan Perbankan Islam*, April, 2. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28776.01285>
- Saifullah, Muhammad. (2011). Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rosullalah. *Jurnal IAIN Walisongo Semarang*
- Semarang, M., Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 533–540. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.481>
- Setyawan, E. Jacky. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Kompetitif, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tenda Biru & Coffee Shop di Sukoharjo. Surakarta : Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

- Sormin, K. S., Ardiansyah, V. M., & Darda, M. (2023). Kurangnya Nasabah Di Bank Syariah Dibandingkan Bank Konvensional. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1080–1086.
- Subandi. (2012). Problem Dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer Di Indonesia. *At-Tahrir*, 12(1), 1–19.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung : Alfabeta.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta). *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02).
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17–30. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>
- Trisno, S. D. L., Sepang, J. L., & Supandi, A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv . Anugerah Mulia. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1091–1100.
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi. *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.58561/margin.v2i1.65>
- Widadah, Sofiatul, Nuringwahyu, S., & Hardati., R. N. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Brand OPPO Counter Rofiqcell). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 11(1), 327–344
- Widiarto, W. R., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian. *ESENSI : Jurnal Ekonomi Bisnis*, 25(3), 259–268.

Wijaya, Tony. (2013). *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Winati, M. dkk. (2014). Pengalihan Tugas Pengaturan Dan Pengawasan Perbankan Dari Bank Indonesia Kepada Otoritas Jasa Keuangan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan. *Jurnal Ekonomi*, 75–92.

Yunus. Mochamad. (2015). *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal)*. Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

