

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, R. (2019). Pengaruh Mutu Produk Pengetahuan Konsumen, Terhadap Proses Keputusan Financing Murabahah Bank Islam Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Sebuah Survey Di Bandung. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 418–425.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8(1), 179–188.
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2023). Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah Pada Perbankan Syariah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2301–2316.
- Andriani¹, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336.
- Andrini, R. (2020). Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 3(1), 20–29.
- Ardelia, D. M., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Harga Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Di Indonesia. *Jurnal Mira Managment*, 8(1), 252–263.
- Astuti, R. W. (2020). Pengaruh Pendidikan, Keterampilan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 24–29.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423.
- Bachrudin, B., Sutisna, S., & Umalihayati, U. (2024). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Product Design Terhadap Buying Decision Melalui Variabel Purchase Intention Pada Produk Aqua Japan Di Kota Serang. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 8(2), 1680–1690.
- Elmawan, E., & Nurajizah, N. (2021). Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pengetahuan Santri Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 3(1), 1–12.

- Erlyawati, V., & Nurhidayati, M. (2023). Tingkat Pengetahuan Santri Tahfidz Di Pondok Pesantren Al Mardliyyah Kelurahan Demangan Kecamatan Taman Kota Madiun Terhadap Produk Funding Bank Syariah. *Jurnal Al-Ittifaq: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 72–83.
- Fadhilah, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah. *Jurnal Bisnis Eknomi Halal*, 1(2), 31–37.
- Hajar, S., Amin, M., & Junaidi, J. (2023). DAMPAK PENGETAHUAN NASABAH PERIHAL PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENENTUKAN PRODUK BANK SYARIAH. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 3(2).
- Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133–156.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Balance Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1). Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger:(Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Khudori, S. (2019). Analisis Kepatuhan Syariah Implementasi Prinsip Bagi Hasil pada Simpanan Mudharabah di KSPPS Binamas Purworejo. *At-Tauzi: Islamic Economic Journal*, 19(1), 18–34.
- Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101–115.

- Nugraheni, N. O., & Muthohar, A. M. (2021). Analisis Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Sikap Terhadap Minat Membayar Zakat Masyarakat Muslim Kabupaten Semarang Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 169.
- Nurbaiti, S., & Fadhilah, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah,(Politeknik Negeri Medan, Medan). *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2).
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank BRI Syariah, TBK Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 3(2), 303–312.
- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kepuasan Pelanggan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening Di Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 621–628.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., Hanif Fatturrohman, M. R., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754–763.
- Putra, A. G. G., & Sugiyono, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 8(2).
- Putri, Y. T., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2023). Pengaruh Kredibilitas Influencer Dan Brand Awareness Terhadap Minat Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia Yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 205–225.
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20.
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 111–123.
- Restapia, R., & Nurajizah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Akad Mudharabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 77–88.

- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279–284.
- Salam, F. Y., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi. *Paradigma*, 17(1), 38–58.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Manurung, Z. M., Ayu, A. W., Prameswari, M. A., & Restiatin, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Emas. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 626–631.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 67
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*. Bandung Alfabeta
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). P Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi Pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 35–44.
- Sujarweni, W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sutedjo, B., & Sari, Y. E. (2023). Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 5(1), 288–297.
- Syuhada, Serlina, A. R., Eka Rahma, Djahratur,. (2022). SISTEM OPERASIONAL SYARIAH (BAGI HASIL / PROFIT SHARING). *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Mthod), *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Yuliani, E. (2021). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat Dan Kesadaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 1–12.

Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bni Syariah Medan. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(1), 14–24.

