

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1.
- Amirah, T. N., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 39–58.
- Annisa, L., Sari, N., & Nurlina, E. (2021). Analisis faktor pendorong minat nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 124–141. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v6i2.3549>
- Annurroin, N. M., & Husna, F. M. (2024). Simpanan Kurban Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus KSPPS Bismillah Cabang Ngadirejo Kabupaten Temanggung). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Aries, M. (2018). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 39.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Artianingsih, D. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kemudahan Penggunaan dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Financial Technology Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017-2019)* [Doctoral dissertation]. IAIN Kudus.
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib Muhammad A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11).
- Fathudin, Muhajir, & Inayah, A. U. (2021). Faktor Pelayanan, Promosi dan Reputasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada BRI Syariah KCP Magelang Tahun 2019. *Al-Bayam: Hukum dan Ekonomi Islam*, 2(2), 32–48.
- Fatoni, A. (2024). *Fiqih Ibadah*. Universitas Muhammadiyah Malang.

- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *AGRISCIENCE*, 3(1), 164–178. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayanto, E. (2022). *Word of Mouth dan Religiusitas*. Selaras Media Kreasindo.
- Heriyati, P. (2022). *Strategi Pemasaran (Segmenting, Targeting, dan Positioning)* (P. Heriyati, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Hilman, F. A., Fitriani, P. D., & Soleh, D. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menabung pada Produk Tabungan Haji Ib Masalah di Bank BJB Syariah. *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra*, 2, 61–72.
- Juswina, E. D., Asse, A., & Trimulato. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 71–88. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i2.1239>
- Kusrini, N. A. R., & Masturo, K. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Indonesia (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Mojopahit 2). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 629–639. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.464>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Y. Wati, Ed.). Deepublish.
- Latief, R. (2018). *Word of mouth communication: penjualan produk* (Lutfiah, Ed.). Media Sahabat Cendikia.
- Layaman, L., & Nilamsari, P. (2018). Analisis Pengaruh Margin dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1), 81–90.
- Luthfianto, D., & Supriyadi, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalam Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2).
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)* (A. Q. Habib, Ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Madjid, M. N., Fielnanda, R., & Seraswati, B. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Jelutung. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2, 55–64. <http://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php>
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(2), 80–96. <http://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna>
- Maswir, M. (2022). Pengaruh Minat Investasi Terhadap Keputusan Investasi Pada PT Global Kapital Investama Berjangka Pekanbaru. *Riau Economics and Business Riview*, 13(4), 388–404.
- MiftaQurromah, Y., & Rafikasari, E. F. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Blitar (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar). *Journal of Economics and Policy Studies*, 2.
- Moron, L. M., Herdi, H., & Rangga, Y. D. P. (2023). Pengaruh Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Ikamala. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 1–14.
- Musthofa, M. A., & Musfiroh, M. F. S. (2022). Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 64–74.
- Nugrah, Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman Yotta. *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 71–80.
- Nurudin, & Ulwiya, H. A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2020.105073>
- Pangestu, A., & Bagana, B. D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Milenial di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 212–220.
- Pujiyanto, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. Pustaka Baru Press.
- Rifa'i, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset. *Cendikia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(1), 31–37.

- Sarno, Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Services And Promotions On Decision On Customer Requests On Service Products At Bank BSI Tiban Batam Branch. *Jurnal Mantik*, 6(2).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (3 ed.). Kencana.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.). Alfabeta.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W. (2018). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (H. Baihaqi, Y. Hana, Elviana, & P. Komalasari, Ed.). IPB Press.
- Surahmah, & Hariani, M. (2024). Pengaruh Online Customer Rating, Word of Mouth dan Iklan E-commerce terhadap Minat Beli Pakaian pada Marketplace TikTok dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 3(1), 82–97.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Deepublish.
- Umairroh, U. (2020). *Pengaruh Pemasaran Dan Daya Tarik Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Qurban (Studi Kasus BTN Syariah H. Juanda Medan)* [Doctoral dissertation]. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Wahyudi, K. (2016). *Dampak Gaya Hidup Modern Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam* [Skripsi]. Universitas Agama Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Winanti, W., Bahri, S., Nurbaeti, A., & Novita, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, 5(2), 273–298. <https://doi.org/10.37726/ee.v5i2.172>
- Yanti, R. P. (2023). Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jambi Sungai Bahar. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(1), 10–18.

Zainullah, Supriyanto, S. A., & Siswanto. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Terhadap Minat Menabung Anggota di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4, 317–326.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON