

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(1), 107–132.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andriani, N. D., & Ulumudin, M. I. (2021). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 3(2), 41–51.
- Anggriawan, F. (2023). Pengaruh lokasi dan lingkungan sosial masyarakat terhadap minat menabung di Bank BSI KCP Angkup. *Mubeza*, 13(2), 79–85.
- Ansori, M., & Kusuma, D. (2024). Pengaruh Religiositas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Lembaga Keuangan Syariah Pada Karyawan Pt Jiale Indonesia. *Neraca*, 20(1), 51–64.
- Azmi, N., & Riyaldi, M. H. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi minat pengusaha usaha mikro, kecil dan menengah mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1).
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Boroma, S. M. Z., & Mootalu, R. R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 1(1), 34–43.
- bpkh.go.id. (2025). <https://bpkh.go.id/kontroversi-biaya-haji/>
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Erlina, R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Kementerian Agama Kabupaten Kuantan Singingi. *Juhanperak*, 4(1), 1118–1131.

- Fitri, A. C. (2023). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Pendapatan, Motivasi, Dan Daftar Tunggu Haji Terhadap Minat Menabung Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Masyarakat Banjar, Jawa Barat)*.
- Gama, A. W. S., Mitariani, N. W. E., & Widnyani, N. M. (2024). *Kumpulan Teori Bisnis: Perspektif Keuangan, Bisnis, dan Strategik*. Nilacakra.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Hafizd, J. Z. (2021). Analisa Produk Tabungan iB Hijrah Haji Dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah Di Bank Muamalat KCP Majalengka. *Inklusif: Jurnal Pengkajian Penelitian Syariah Dan Ilmu Hukum*, 6(1), 94–108.
- Hakim, A. M. (2023). *Pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan dengan syariah financial literacy dan financial behavior sebagai variabel mediasi: Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Tapin*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Hasanah, S. D. R., Ningsih, W. F., & Rakhmawati, R. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Masyarakat, Kepercayaan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jember. *JAKUMA: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan*, 5(2), 65–85.
- Iba, Zainudin & Wardhana, A. (2021). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- indonesia.go.id*. (2025). https://indonesia.go.id/assets/upload/mediapublik/jpg2pdf_-_2025-02-12T113808_8261.pdf
- Irfani, A., Furqani, H., & Hasnita, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji (Studi Komparatif Pada Bank Aceh Dan Bank Syariah Mandiri Di Kabupaten Aceh Selatan). *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 140–159.
- Janah, N. (2020). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. IAIN Metro.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 235.

- Kasinem, K. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- kemenag.go.id. (2024). <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/kuota-2024-terbesar-sepanjang-sejarah-penyelenggaraan-ibadah-haji>
- kemenag.go.id. (2025). <https://kemenag.go.id/nasional/biaya-haji-1446-h-2025-m-turun-ini-penjelasan-kemenag-f8wab>
- Komara, E. (2020). Role of Trusting Beliefs in Predicting Online Purchase Intentions. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 5(2), 182–206.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah:(Studi Kasus Di Bsi Ex Bsm). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 127–136.
- Mahendra, I., Santika, G., & Mumtaha, I. (2026). Pengaruh Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Kertaharja Kabupaten Ciamis. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 6938–6946.
- Mubin, M. U., & Anggraini, N. N. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Kafalah Haji di KSPPS MUI Jawa Timur. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 4(1), 61–74.
- Muzammil, Y. (2021). *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Di Bri Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)*. IAIN Ponorogo.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nita, V. A. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Aman Syariah Sekampung*. IAIN Metro.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Priyatno, D. (2013). Analisis korelasi, regresi dan multivariate dengan SPSS. *Yogyakarta: Gava Media*.
- Purniasih, E. (2020). *Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Madrasah Ibtidaiyah (Mi) Darul Fikri Bringin Kauman Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Rofifah, D. W. (2023). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Haji (Studi Kasus: Bank Muamalat)*. Universitas Islam Malang.
- Rohmah, A. U. (2022). *Analisis Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendal Soetta*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Rosyad, F. K. (2024). Analisis Determinasi Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1261–1270.
- Sakdiyah. (2024). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah di BMT Muamalat Mulia Jati Kudus*.
- Sari, N., Annisa, L., & 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.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar sosiologi: pemahaman fakta dan gejala permasalahan sosial: teori, aplikasi dan pemecahannya*. Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Slameto. (2010). *Belajar & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, cv.
- Surbakti, A. (2022). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah pada perusahaan asuransi. *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 215–220.

- Swarjana, I. K., & Skm, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 2(1), 160–166.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh promosi, kepercayaan dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) bank syariah mandiri kcp. sawangan kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1).
- Triana, L., Yuliah, Y., & Widodo, W. (2020). Persepsi Calon Nasabah Perbankan Konvensional Dan Syariah Melalui Teori Perilaku Terencana Pada Mahasiswa Universitas Bina Bangsa. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 96–106.
- Velayati, M. F. (2023). Strategi keuangan di masa pandemi: Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah di Kabupaten Tegal. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(2), 108–121.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wibawa R, D. D. (2020). *Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Majalengka)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Yulianti, N. M. (2021). *Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, Dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)*. Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Yusuf, F., & Ramadhana, W. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bima. *Economics Science and Administration*, 1(1), 14–21.
- Zaini, H., Rozzaid, Y., & Qomariah, N. (2017). Dampak Relationship Marketing, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Impact Relationship Marketing, Trust and Customer Values to Customer Satisfaction. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7, 1.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130.