

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin., Tantri, Francis. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Abdullah Muh., Kamal, Fasiha. (2013) *Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep dan Praktek Ekonomi Islam*, Makassar: LIPa,
- Ruslan, Abdullah Muh., Kamal, Fasiha. (2021). Keuangan dan PerBankan Syariah, Al-Mashrafiyah: *Jurnal Ekonomi*: Vol.5, No. 2
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syari'ah: Dari Teori Ke Prektik*, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2007). *Akad Dan Produk Bank Syariah*, Ed. I. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ainun, Nur. Dkk. (2022). Pengaruh Strategi Product, Price, Promotion terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan pada PT BPRS Puduarta Insani Medan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol 5 No 1, E-ISSN : 2599-3410|P-ISSN:2614-3259
- Kurniawan, A., Haspari, Y., Wahyudi I Imam. (2022). Pengaruh Pengetahuan (Knowledge), Keyakinan (Confidence), Keterampilan (Skill) Dan Religiusitas Intrinsik Tentang PerBankan Syariah Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas* Vol. 2. No.1: 95–128,
- Fatah, Anwar Maarif. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri (Bsm) PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol. 9, No.1.
- Chaniago, Aspizain. (2017) *Teknik Pengambilan Keputusan*,. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia.
- Fahmi, Irham. (2014) *Perilaku Organisasi: Teori, Aplikasi, Dan Kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Fajri, Dwi Latifatul. (21 Juni 2023). *Pengertian, Rumus, dan Cara Menghitung Skala Likert*. <https://katadata.co.id/lifestyle/edukasi/6492a0d1a4b93/pengertian-rumusdan-cara-menghitung-skala-likert>.
- Al-Hasni, Fariz. (2017). Akad *Mudharabah mutlaqah* Dalam Praktik PerBankan Syariah. Muamalat: *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*. Vol 9, No 2
- Hmilha. (2022). *Hadist Tentang Implikasi Riba*. <Http://Hm.Tafsir.Uad.Ac.Id/Hadis-Hadis-Tentang-Implikasi-Riba-Dalam-Kehidupan/>

- Japarianto, Edwin., Neysa, Setyawan Yohana. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksebilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No 1 Volume (2).
- Kurniawan, M. Hafiz. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengunjung Grapari Telkomsel Sun Plaza Medan. Skripsi.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Amstrong. (2018) *Prinsip-Prinsip Marketing, Edisi Ke Tujuh,* Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Misbahuddin., Hasan, Iqbal. (2014). *Analisis Dan Penelitian Dengan Statistic, Edisi II, Cet.2,* Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syari'ah, Cet. Ke-2,* Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percertakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn.
- Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang PerBankan Syariah.
- Prasetijo, Ristiyanti. (2005). *Perilaku Konsumen,* Yogyakarta: Andi.
- Rahmawati, Dwi., Ramadhan. (2019). *Faktor Penyebab Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Dengan Akad Wadiah Dari Pada Akad Mudharabah Pada Bank Syariah. Skripsi.* Institut Agama Islam Negeri Diponegoro.
- Rambat, Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2.* Jakarta : Salemba Empat.
- Ramadhanti, Amalia. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda, *eJournal Administrasi Bisnis, Volume 5.* Nomor 2, 2017: 269-282
- RI, Departemen Agama. (2005). *Al-qur'an dan Terjemahnya (al-juma>natul 'ali>).* Jakarta : CV Penerbit J-Art
- S, Burhanuddin. (2009). *Hukum Kontrak Syariah, Cet. Ke-1,* Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta.
- Mayer, R. E., Hegarty, M., Mayer, S. Y., & Campbell, J. (2011). When passive media promote active learning: Static diagrams versus animation in multimedia instruction. *Journal of Experimental Psychology: Applied* , 11, 256–265.

- Mustawa, Janji. (2015). *Mudharabah mutlaqah*.
<http://www.sanabila.com/2015/08/mudharabah-muthlaqah.html>,
- Sakinah, Siti. (2019). *Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Empiris Pada Konsumen Seblak Kabupaten Magelang, Skripsi*. UM Magelang.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*, Jambi: Pusaka.
- Setiawan, I Nyoman Anom Fajaraditya., Jayanegara, I Nyoman. (2016). Kajian Motivasi Tato Rangda pada Orang Bali. *Journal Studi Kultural 1*, no 1.
- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian., Dkk. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2005), *Statistic Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet I, 2014.
- Sundhari, Sri. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah. Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
- Syahrum, Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media,
- Terence, A Shimp. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Wahjono, Sentot Imam. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.