

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, Anangadipa, Andisa Rahmi Maulina, and Eka Agustianingsih. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah". *Jurnal Elektronik* 5, 170- 177. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/view/1179>.
- Ali, K. 2017. Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. *Jurnal DINAMIKA*, 3(1), 66–80.
- Amir Y 2021 Pengembangan Skala Religiusitas untuk Subyek Muslim. *Indonesian Journal for The Psychology of Religion*. 1(1), 47-60
- Anam, C. (2016). Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama dan Orientasi Agama terhadap Preferensi Masyarakat pada Bank Syariah di Surabaya. *Jurnal Study Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 80–89.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Chen, X., Jiao, C., Ji, R., & Li, Y. (2021). Examining Customer Motivation and Its Impact on Customer Engagement Behavior in Social Media: The Mediating Effect of Brand Experience. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211052256>
- Dahana, W. D., Miwa, Y., Baumann, C., & Morisada, M. 2020. Relative Importance Of Motivation, Store Patronage, and Marketing Efforts in Driving Cross-Buying Behaviors. *Journal of Strategic Marketing*, 1– 29.
- Donald, Frederick J. Mc. 1959. *Educational Psychology*. Tokyo: Overseas Publications.
- Gampu, Anggita Novita, Lotje Kawet, and Yantje Uhing. 2015. "Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3 (3), 1330– 1340. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10416>.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Joseph K, et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Edisi 7. New Jersey :Pearson Education.
- Hamalik, Oemar. 2001. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harahap, Tiara Sulaikha Rohimi. 2020. “Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda”. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11(1), 1-21.
<https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.493>
- Huriartanto, Aditya, Djamhur Hamid, and Pravissi Shanti. 2015. “Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat (Survey Pada Konsumen Terminal Tiket Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 28 (1), 1-9.
- Iqbal, Muhammad, Abdul Hamid, Mastura Mastura. 2019. “Pengaruh Motivasi Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang”. *Jurnal Investasi Islam* 4 (2), 153-165.
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jii/article/view/1372>.
- Iskamto, D., & Yulihardi. (2017). Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2).
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi bahasa Indonesia, Jilid I, Edisi kedua belas, Penerbit Indeks.
- Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. 2015. Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi*, 4(2), 1–8.
- Mayasari, H., Nurlina, & Wardiningsih, E. 2017. Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 1–13.
- Mariam Mourad Hussein Abou-Youssef, Wael Kortam, Ehab Abou-Aish, N. E.-B. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, Volume 33(Issue 6), 788.

- Marimin, Teknik dan Aplikasi Pengambilan keputusan Kriteria Majemuk, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 12.
- Metawa, Saad. A., and Mohammed Almosawi. 1998. "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications". *International of Bank Marketing* 16 (7), 299-313. <https://doi.org/10.1108/02652329810246028>.
- Mohamad Miftah Thoha, 1997. *Kepemimpinan dalam Manajemen Suatu Pendekatan Prilaku*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Nitisusastro, H. M. 2012. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung
- Nurbismi, Mualida Z. 2018. "Pengaruh Motivasi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Baitul Qiradh Amanah Nanggroe Banda Aceh" 2(1). 61-68
- 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*, Vol. 3(2), 303–312.
- Nunnally, Bernstein, I.H. 1994. *Psychometric Theory*, Edisi ke 3. New York : McGraw Hill.
- Parente, E.S. (2015) Conceptualization and measurement of customer perceived value in banks A Brazilian contribution. *International Journal of Bank Marketing*
- Putri Saskia, Iqbal and Suharto. (2021). "Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. 2(1). 31-43
- Rakhmat, Jalaludin, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rachmawati A. 2020." "Pengaruh Customer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah" 5(1). 1-20.

- Rachmawati and Widana. 2019. "Pengaruh Costumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah" 8(2). 111-123.
- Richard L. Daft, Era Baru Manajemen, (Jakarta: Salemba, 2010), 283
- Rivai, Harif Amali, Niki Lukviarman, Syafrizal Syafrizal, Syukri Lukman, and Fery Andrianus. 2006. "Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank Konvensional". Kerjasama Bank Indonesia Dan Center for Banking Research Universitas Andalas
- Robbins, Stephen P. 2003. Perilaku Organisasi, Jilid I. Penerbit: PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Rohmadi, Rohmadi, Nurbaiti Nurbaiti, and Junaidi Junaidi. 2016. "Analisi Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu". MUNHAJ: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat 4 (3), 283-290.
<https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/192>.
- Sarwono, Sarlito W. 1992. Psikologi Lingkungan. Jakarta: Gramedia
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2014. Metode Penelitian Untuk Bisnis, Pendekatan Pengembangan Keahlian. Edisi 6 Buku 2. Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Septianan L, E., & Indrajaya, T. 2018. Analisis Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menabung BRI Simpedes di BRI Unit Cipayung. Jurnal Administrasi dan Manajemen, 11(1), 715–722.
- Siregar, B. G. 2018. Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmuilmu Sosial dan Keislaman, 4(1), 1– 20.
- Sudarman et al., (2022). "Peran Religiusitas, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Indonesia Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi" 9(1). 1-8
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sunyoto, Agus. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: IPWI.
- Syafarani, Yoiz Shofwa. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto". *el-JIZYA: Jurnal Ekonomi Islam* 4 (1), 189-217. <https://doi.org/10.24090/ej.v4i1.2016.pp189-215>.
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, W., Sangen, M., & Rachman, M. Y. 2015. Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(1), 79–89.
- Wibowo, R. Ery. 2014. Analisis Religiusitas, Pemahaman Produk dan Sistem Pembiayaan Syariah dengan Sikap Pengusaha. *Jurnal Fakultas Ekonomi., Universitas Muhammadiyah Semarang*.
- Widowati, Indah M. 2018. "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. 7(2). 141-156
- Yusuf A (2021) Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp Jombang.
- Zuhirsyan and Nurlinda. 2021. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi, dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah" *Jurnal Perbankan Syariah* 2(2). 114-130
- Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. 2018. "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah". *ALAMWAL: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10 (1), 48-62. <http://dx.doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>