

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, B., Wijayanti, R., & Cahyono, D. (2021). *Perilaku Konsumen: Dimensi Psikologis dalam Keputusan Pembelian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2005). *Psikologi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azizah, R. (2010). Kontribusi Mutu Informasi terhadap Efektifitas Kerja Pegawai Bidang Pendidikan Menengah dan Tinggi di Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Adpend*, 6.
- Cahyono, H., Fauzi, A., & Aminah, S. (2021). Pengaruh Persepsi dan Religiusitas terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 145.
- Casriyanti, R. (2020). *Determinan Keputusan Nasabah Bank Syariah: Analisis Faktor Psikografis*. Yogyakarta: UII Press.
- Darmadu, H. (2017). *Pengembangan, Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dinda Dwi Wardani, Lu'lu' Il Maknuun, dan Ahmad Mukhlisuddin. "Pengaruh Fundamental Makro dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Islam terhadap Nilai Perusahaan melalui Pendapat Audit atas Kelangsungan Usaha (Pada Bank Syariah Milik Negara Indonesia 2016–2020)." *ISTIKHLAF* 3, no. 1 (Maret 2021): 61.

Fadhilah, Yusni, Lu'lu'il Maknuun, dan Ceta Indra Lesmana. "Pengaruh Marketing Mix dan Customer Relationship Marketing melalui Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Market Share Perbankan Syariah." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 8, no. 1 (2021): 63.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi, Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi, Analisis, Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi, Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, A., & Wardhana, B. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Hakim, L. (2019). *Prinsip-Prinsip Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jambi: Timur Laut Aksara.

Hasibuan. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Hasugian, H. (2015). *Manajemen Merek : Membangun & Mempertahankan Ekuitas Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Hermawan. (2012). *Pemasaran dalam Era Digital*. Jakarta: Rajawali Press.

Hidayati, N., Faisal, A., & Anggraeni, D. (2021). *Perilaku Konsumen: dari Teori ke Aplikasi*. Surabaya: Penerbit UB Press.

Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Krisnawati, R., Widyastuti, S., & Prasetyo, A. D. (2019). *Digital marketing: Teori dan Praktik dalam Pemasaran Produk*. Yogyakarta: Deepublish.

Lesmana, Ceta Indra. “Strategi Pemasaran Sosial Syariah: Mendorong Kemajuan Ekonomi dan Sosial.” *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 1, no. 2 (Januari 2024).

Lesmana, Ceta Indra, dan Haridah. “Optimization of Product Marketing in Sharia Banking through Social Media.” *MULTIFINANCE: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan* 1, no. 2 (November 2023): 119.

Maknuun, Lu’lu’il, Muhlisuddin, Yuspita Sri Lestari, dan Salsadila. “Analisis Komparatif Pengaruh Pra dan Pasca Merger terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Indonesia.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 11, no. 2 (2024).

Maknuun, Lu’Lu’Il, Ahmad Mukhlisuddin, dan Nida Nurrohmah. “Influence Good Corporate Governance (GCG) and Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Against Corporate Value with Financial Performance as Variable Intervening at Bank Muamalat Indonesia.” *Journal of Business Management and Islamic Banking* 3, no. 1 (2024).

Maranti, S., & Ismayadi, A. (2021). *Pengaruh Faktor Psikografis terhadap Perilaku Keuangan Santri: Studi Kasus Bank Syariah di Cirebon*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Pangestika, N. (2018). *Digital marketing : Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

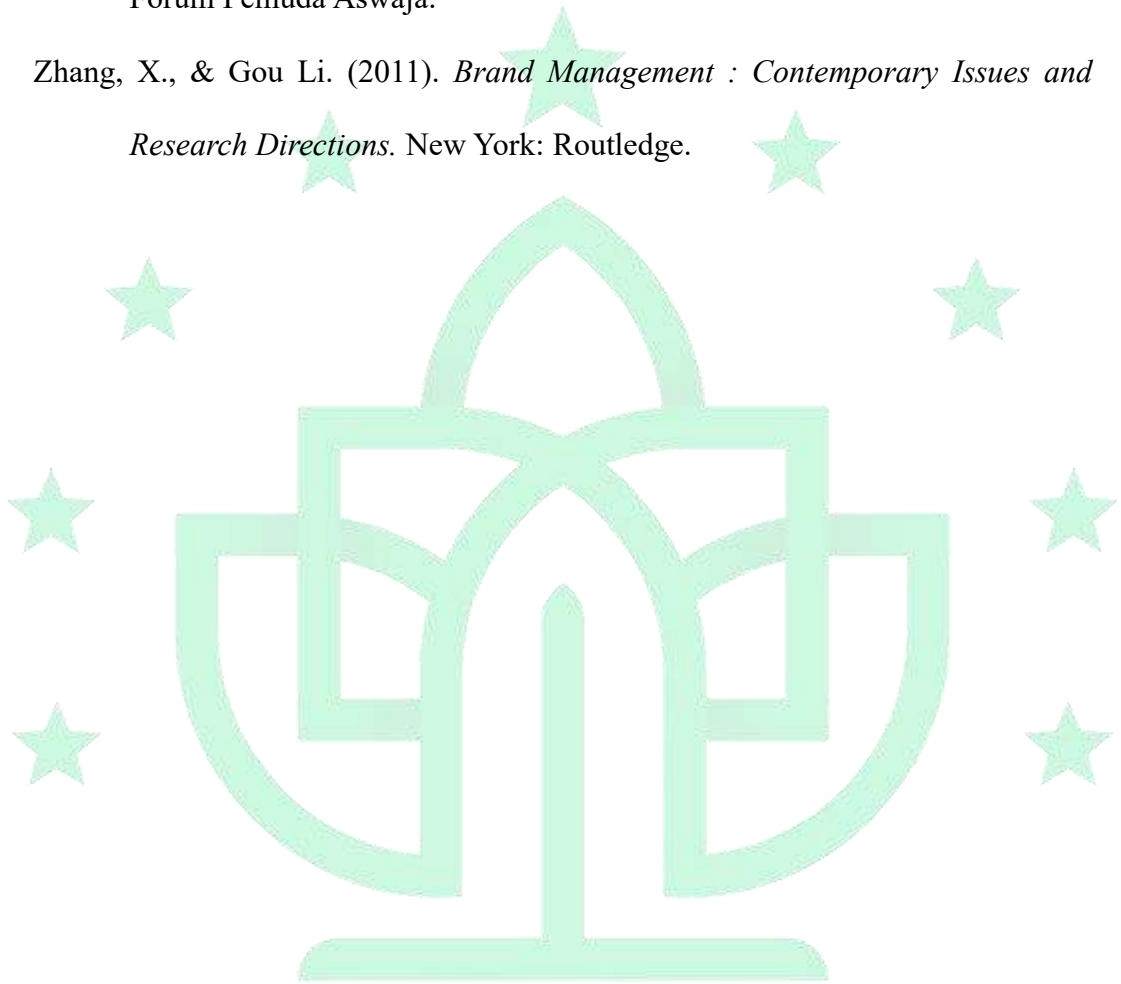
- Pradiani. (2018). *Pemasaran Digital dalam Era Teknologi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwana, Dedi, Rahmi, & Aditya. (2018). *Pengantar Manajemen dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, R., Fauzi, A., & Rahmah, S. (2019). *Perilaku Konsumen dalam Perbankan Syariah: Teori dan Empiris*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Rachmawati, A., Cahyono, D., & Wijayanti, R. (2019). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Studi pada Masyarakat Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 125.
- Rahmat, J. (2018). *Psikologi Perkembangan: Pendekatan Baru dalam Pemahaman Perilaku Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahmayanti, A. (2018). *Pengaruh Pelayanan Religiusitas dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung di BRI Syariah Karanganyar*. Surabaya: Universitas Sebelas Maret.
- Ritonga, H. M. (2018). *Manajemen Pemasaran : Teori & Strategi*. Medan: CV. Manhaji.
- Romdhoni, A., & Ratnasari, S. (2018). *Psikologi Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Rudianto, D. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Sari, D. P., Amalia, R., & Santoso, B. (2012). *Psikologi Agama: Memahami Perilaku Keagamaan dalam Perspektif Psikologi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siswanto. (2007). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D edisi ke 2*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno. (2006). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Kencana.
- Sururin. (2004). *Analisis Pemikiran William James tentang Agama: Studi atas Karya The Varieties of Religious Experience*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Susanto, & Wijarnaki. (2004). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Tjiptono, F. (2011). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tresnawati, & Prasetyo. (2018). *Manajemen dalam Organisasi Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tumewah, Kurniawati, & Aprilia. (2020). The Effect of *Brand image* on Costumer Satisfaction and Loyalty in Retail Industry. *Journal of Consumer Marketing* 37, 612.
- Yasmin, A. (2015). *Digital marketing: A Framework for Understanding and Evaluating Effectiveness*. *Jorunal Of Business and Economics* 7, 112.

Yuhada, M., & Idris, A. (2018). *Pemasaran Digital: Teori dan Praktik*. Bandung: Refika Aditama.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Strategi*. Lombok: Forum Pemuda Aswaja.

Zhang, X., & Gou Li. (2011). *Brand Management : Contemporary Issues and Research Directions*. New York: Routledge.



**UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM**