DAFTAR PUSTAKA

Adi Setiawan, "Analisis Pengaruh Faktor makro ekonomi, Pangsa Pasar Dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Periode 2005-2008)" (Thesis, Semarang, Universitas Diponegoro, 2009), hlm. 22

Ainur Rohmah, "Pandemi Covid-19 dan dampaknya terhadap Perilaku Konsumen di indonesia" *jurnal inovasi Penelitian,* Vol.1 No.7 (2020) hal. 374

Ainur Rohmah, "Pandemi Covid-19 dan dampaknya terhadap Perilaku Konsumen di indonesia" *jurnal inovasi Penelitian,* Vol.1 No.7 (2020) hal. 374

Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata," Jurnal Manajemen, (2012), 4.

Arista Milka Nasrul, "Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi AJB Bumiputera 1912 Syari'ah Cabang Cibubur)", (Skripsi S1 Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Negeri Jakarta 2014)

Bank Syariah Bakal Sulit Lampaui 10% Market Share Tanpa Lakukan Ini diakses pada 22 desember 2024

Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwanti, "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang," Jurnal STIE AMA Salatiga, (2013), 117

Dewi Nur Ika, "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Cabang Malang", (Skripsi: UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2013), hlm. 3

Dewi Urip Wahyuni, "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat," Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 10, No 1 (Maret 2008), 31.

Diah Wahyuningsih, "*Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan Di Bank Syariah*," Media Trend Vol. 9 No. 1, Maret 2019, n.d.

Edwin Zusrony, Perilaku Konsumen Di Era Modren, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2022), h.32.

Effendy Onggo Saputra, *"Pengaruh Kepribadian, Persepsi dan Sikap Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Magister Management,"* Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 9, No. 1 (Juni 2014), 33

Elvina Ulva Diani, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai E-Money Terhadap Pelaku Pengguna Aplikasi Dana (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bengkulu)", Jurnal Kaganga, Volume.4, No.2, (2020), h.4

Herry Susanto dan Khairul Umam, Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 106

http/www.bps.go.id

J. Supranto dan Nandan Limakrisna, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011), 21.

Jefri.P. Dian Afifah , Teori Perilaku Konsumen, (Pekalongan: NEM, 2021), Cet.1, h.6.

Jefri.P. Dian Afifah , Teori Perilaku Konsumen, (Pekalongan: NEM, 2021), Cet.1, h.6.

Kadek Suadnyana, "Pengaruh Biaya Administrasi, Pengetahuan Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi EWallet Gopay Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2018)", Jurnal Imiah Mahasiswa Akuntansi,

Kasmir, *Customer Service Excellent* Teori dan Praktek (Jakarta,PT. Raja Grafindo Persada:2017). 20

Ketut Indah P dan Kastawan M, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta," E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11 (2015), 3622.

Kolter keller, marketing management, e.13 (London, Prentice Hall, 2009) hal.161

Kolter keller, marketing management, e.13 (London, Prentice Hall, 2009) hal.162

Kussudyarsana. "Budaya dan Pemasaran dalam Tinjauan Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen," Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12 No. 2, (Desember 2008), 173.

Larasati, D.A, Marlina, M., & Permadhy, Y. T, anaalisis factor-faktor kinerja keuangan yang mempengaruhi market share perbankan syariah diindonesia koferensi riset nasional dan ekonomi manajemen dan akuntansi, Yogyakarta: 2017

Leon G.Sehiffman Dan Leslie Lazar Kanuk, Perilaku Konsumen, (Jakarta: Indeks ,2022), h.6.

Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan

Penelitian Pemasaran (Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2003), 261.

Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran (Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2003), 227.

Octavianus Pasoloron dan Firdaus Abdul Rahman, "Teori Stewardship: Tinjauan Konsep Dan Implikasinya Pada Akuntabilitas Organisasi Sektor Publik."

Octavianus Pasoloron dan Firdaus Abdul Rahman. "Teori Stewardship: Tinjauan Konsep Dan Implikasinya Pada Akuntabilitas Organisasi Sektor Publik."

Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran: Analisis,Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian Indonesia," (Jakarta: Salemba., 2020), n.d.

Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran: Analisis,Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian Indonesia." n.d.

Priyono (2016), Metode Penelitian Kuantitatif, (Zivatama, May), 3

Rama,"analisis deskriptif perkembangan perbannkan syariah di asia tenggara. Tauhidinomics: journal of Islamic banking and economics" 2015

Rangga Arna P (2014) "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Metode Pemasaran Produk Penantang Pasar Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam".‖ (Skripsi Program S1 Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2014), n.d

Rangga Arna Permana. "*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Metode Pemasaran Produk Penantang Pasar Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*".‖ (Skripsi Program S1 Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2014), n.d

Sarwono., "Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam."‖ Jurnal Inovasi Pertanian, Vol. 8 No. 8, 2009, 41-53, n.d

Sarwono., "*Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*."‖ Jurnal Inovasi Pertanian, Vol. 8 No. 8, 2009, 41-53, n.d

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta), hal.231

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), 283.

Suhartanto, D. (2019). Predicting Behavioural Intention Toward Islamic Bank: A MultiGroup Analysis Approach. Journal of Islamic Marketing, 1091-1103. Surat Edaran OJK Nomor 36/SEOJK

Suprihati danWika Budi Utami, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Mobil Pribadi”, Jurnal Akuntansi dan Pajak , Volume 13, No.1, (2025), h.108

Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 2003), 145.

Tatik Suryani, Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 27

Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 130

Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen: Teori Penerapan dalam pemasaran (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 305

Usman Effendi*, Psikologi Konsumen* (Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2016), 72.

www.ojk.go.id.diakses pada 20 desember 2024

UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM