

Daftar Pustaka

- Abubakar, L., & Handayani, T. (2019). Percepatan pertumbuhan perbankan syariah melalui implementasi tata kelola syariah. *Law and Justice*, 2(2), 124–134.
- Anjani, L. P. A., & Yadnya, I. P. (2017). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan pengembalian yang dihasilkan dari pinjaman dan investasi . *Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 5911–5940.
- Anjani, R. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK MUAMALAT KCP PALOPO. IAIN PALOPO.*
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, 1(1), 124–143.
- Arifin, M., & Nasutian, B. (2015). The Dynamics Study of Regulations on Syariah Banking Indonesia. *International Journal of Humanities and Social Science*, 5(3), 237–242.
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2013). *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopitiam Oey Surabaya.* 551–562.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.

- Darma, G. B. W., Wiranata, & Nadiasa, M. (2013). *Analisis Sistem Pengadaan Bahan Dan Peralatan Pada Proyek Kontruksi Jembatan Tukad Penet di Badung BALI*. 2(2), 1–7.
- Eksandy, A. (2018). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PERBANKAN SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 1–10.
- Fadli. (2017). Pengaruh Pengetahuan Dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Imara*, 1(1), 1–16.
- Faidah, A. N. I. N. U. R. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening*.
- Farrah, Z., & Fajrianti. (2005). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *INSAN*, 7(3), 276–288.
- Fauzi, A. (2017). Variabel Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 2(1), 1–25.
- Fauzi, R. N. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN AGAMA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH. *Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(4), 37–46.
- Gampu, A. N., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Analisis motivasi, persepsi, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih pt. bank sulutgo cabang utama manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1330–1340.
- Ghoniya, N., & Ani, U. (2013). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian BlackBerry di Semarang. *Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 34, 1–19.

- Handida, R. D., & Sholeh, M. (2018). PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN, DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Economis*, 14(10), 84–90.
- Hendria, R., Ahman, E., & Novalita, D. P. (2014). *Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan Meeting Package Grand Hotel Lembang (Survei pada Tamu Bisnis di Grand Hotel Lembang)*. 1, 705–716.
- Holili, T. (2017). *Jurnal Akuntansi FEB Universitas Mataram Vol.1, No.1, Mei 2017*. *Akuntansi FEB*, 1(1), 1–13.
- Ismanto, K. (2015). Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Di Kota Pekalongan. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 24–38.
- Istiqomah, R. (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa perbankan syariah stain salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah skripsi*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga.
- Kamarulzaman, Y., & Madun, A. (2013). Marketing Islamic banking products: Malaysian perspective. *Business Strategy Series*, 14(2–3), 60–66.
<https://doi.org/10.1108/17515631311325114>
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). *Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian*. 1–8.
- Khosasi, A. (2017). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di bank syariah bukopin sidoarjo*. Ekonomi Islam.
- Laily, N. (2012). *Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan*.

- Lestari, N. M. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah Dalam Transaksi E_Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(November), 208–226.
- Luthfiati, R. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa menabung di bank syariah*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN).
- Mahdzan, N. S., Margaret, S., & Victorian, P. (2017). *The Determinants of Life Insurance Demand : A Focus on Saving Motives and Financial Literacy*. 9(5), 274–284. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n5p274>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). *Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1*. 17(1), 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Maski, G. (2003). Analisis Keputusan Nasabah Menabung. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), 43–57.
- MR, B. B. (2018). *Bongaya Journal for Research in Accounting*. 1(April), 65–71.
- Mulazid, A. S. (2016). Pelaksanaan Sharia Compliance Pada Bank Syariah(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri , Jakarta). *Madania*, 20(1), 37–54.
- Nasution, A. W. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan dan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40–63.
- Nur, I. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Salatiga*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN).
- OJK. (2019). *Siaran Pers OJK : Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkatkan*.
- OJK. (2020). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2020*.

- POJK. (2016). Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rohmania, A. (2019). *PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, LOKASI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SALATIGA.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Syariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1, 79–106.
- Sabri, A. (1993). *Kebijakan dan pengambilan keputusan dalam lembaga pendidikan islam*. 373–379.
- Saputra, D. E. (2018). *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah mandiri depok*. Ekonomi Islam.
- Saragih, H., & Ramdhany, R. (2012). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus. *Journal of Information System*, 8(2), 100–112.
- Sari, P. A. P. (2018). *Pengaruh Brand Image, Reference Group, dan Religiosity Terhadap Purchase Intention (Mahasiswa) Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Wilayah Jakarta Selatan Oleh: SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA BANKING SCHOOL*.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). *Brand Image , Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty*. 13(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27>
- Setiawan, R. A., & Hasbi, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Jasa Perbankan Syariah (Studi Pt Bank

- Negara Indonesia Cabang Sukabumi). *Nisbah*, 2(1), 221–236.
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di Bmt Sahara Tulungagung. *Malia*, 8(1), 1–20.
- Subardi, H. M. P., & Yuliafitri, I. (2019). Efektivitas Gerakan Literasi Keuangan Syariah Dalam Mengedukasi Masyarakat Memahami Produk Keuangan Syariah. *Ilmiah Perbankan Syariah*, 5(1), 31–44.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. 33–56.
- Suhar Janti. (2014). Analisis Validitas Dan Reabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen. *Snast*, 159.
- Sulistiyono, S., & Sulistiyowati, W. (2018). Peramalan Produksi dengan Metode Regresi Linier Berganda. *Productivity, Optimization and Manufacturing System Engineering*, 1(2), 82. <https://doi.org/10.21070/prozima.v1i2.1350>
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Surya Dharma, MPA., P. . (2008). *Pendekatan, jenis, dan metode penelitian pendidikan*.
- Tsalitsa, A., & Rachmansyah, Y. (2016). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(1), 1–13.
- Tumbel, A. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha*. 3(1), 64–79.
- Wahyulaili, K. (2017). *ANALISIS PENGARUH GOOD GEVERNANCE BISNIS*

SYARIAH, UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP KINERJA PERBANKAN SYARIAH. Universitas Jember.

Wardayati, S. M. (2011). Implikasi Shariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah. *Walisongo*, 19(1), 1–24.

Widiastuti, A., & Wulan, M. (2017). GOOD GOVERNANCE BISNIS SYARIAH TERHADAP ISLAMICITY FINANCIAL PERFORMANCE INDEX BANK UMUM SYARIAH. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 94–113.
<https://doi.org/10.22236/agregat>

Yunita, N. (2020). *Pengaruh Gender Dan Kemampuan Akademis Terhadap Literasi Keuangan dalam Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi*. 01(2013), 1–12.

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *NOMINAL*, VI(1), 1–26.

Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. (2016). Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 55–76.