

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Julia Sari, Riyan Pradesyah. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Eputusan Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor Malaysia Melakukan Transaksi Di Bank Islam*. Managgio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Volume 6, Nomor 1, Maret 2023
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Aisyah, Aisyah And Nurohman, Yulfan Arif. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial DI WONOGIRI*. Thesis, FEBI/PBS
<http://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/3122>
- Aldilla Nur Fadzar, Asep Ramdan Hidayat, Intan Manggala Wijayanti (2020). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Fintech Lending Syariah*. *Vol 6, No 2, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah (Agustus, 2020)*
DOI: <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.23089>.
- Anggrahadi, Daru And Supriyanto, Supriyanto. (2023). *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Santri Pondok Pesantren Al-Fattah Temboro Dalam Menggunakan Produk Tabungan Di Bank Syariah*. Skripsi thesis, UIN Raden Mas Said Surakarta. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/3629>
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2017). *Conceptualisation and operationalisation of islamic financial literacy scale*. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25(February).
- Antonio, M. S. (2018). *Islam Sebagai Sistem Hidup (Way of Life)*. SyarQ.
- Arianto, & H. Nur Ahid. (2022). *Studi positivisasi hukum Islam di Indonesia*. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, Dan Kebudayaan*, 8(1).
<https://doi.org/10.55148/inovatif.v8i1.266>
- Arif, K. (2015). *Financial Literacy and other Factors Influencing Individuals' Investment Decision: Evidence from a Developing Economy (Pakistan)*. *Journal of Poverty, Investment and Development*, 12(May).
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran*. In *LD MEDIA* (Vol. 13, Issue 1).
- Aryandhana, D., Bintarti, S., & Hidayatullah, R. (2021). *Pengaruh persepsi dan preferensi masyarakat terhadap keputusan pembelian perumahan syariah di kabupaten bekasi*. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02).
<https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.247>

- Asyahri, Y., & Ariyani, L. (2022). *Analisis Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan KPR di PT. Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 2(2), 83–99. <https://doi.org/10.30984/maqrizi.v2i2.279>
- Ayuningrum, D. (2019). *Analisis perbandingan sistem pemberian kredit pemilikan rumah (kpr) dan pembiayaan (kpr syariah) terhadap penjualan (studi kasus bank btn konvensional dengan bank btn syariah di jakarta). Repository Pelita Bangsa.*
- Basir, A. (2019). *Quran, Kaidah Tafsir Dalam Ulumul. Jurnal Al Jami*, 15(29).
- Bellucci, G. (2022). *A Model of Trust. Games*, 13(3). <https://doi.org/10.3390/g13030039>
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2016). *Chapter 3: The consumer decision process. In Consumer Behaviour.*
- Caplinska, A., & Ohotina, A. (2019). *Analysis of financial literacy tendencies with young people. Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4). [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.4\(13\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.4(13))
- Carpena, F., & Zia, B. (2020). *The causal mechanism of financial education: Evidence from mediation analysis. Journal of Economic Behavior and Organization*, 177. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2020.05.001>
- Cleanita Imra'atul Khasanah dan Nur Huri Mustofa. (2022). *Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan Dan Brand Image Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Menabung. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI Vol. 4 No. 2 Tahun 2022 e-ISSN: 2686-6633*
- Danang, S. (2019). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. In Penelitian Pemasaran dan Perlaku Konsumen.*
- Gunartin, G., Afriliani, F., & Anwar, S. (2020). *Faktor-faktor yang memengaruhi financial literacy (studi pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi universitas pamulang). Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.32493/eduka.v4i2.3848>
- Hafizhulluthfi, I., & Sitohang, W. (2021). *The Great Gap dan Kontribusi Islam terhadap Pemikiran Ekonomi Modern. In Prosiding Hukum Ekonomi Syariah (Vol. 7, Issue 1).*
- Haupt, M. (2021). *Measuring financial literacy. In The Routledge Handbook of Financial Literacy.* <https://doi.org/10.4324/9781003025221-9>
- Ifham, A. (2017). *Ini Lho KPR Syariah. In PT. Gramedia Pustaka Utama.*
- James. (2016). *Perilaku Konsumen, Jilid 6. In Jakarta: Binarupa Aksara.*

- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. In Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In Pearson Edition Limited.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.881847>
- Ma'is, Al. (2022). *Pengaruh pengetahuan, religiusitas dan pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah : studi kasus Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah Bringin*. eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17883
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2). <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Moh.Abd. Rahman (2023). *Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah*. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* Volume 4, Nomor 1, Januari 2023;p-ISSN 2745-4282;e-ISSN 2745-5246;77-87.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). *Perilaku Konsumen, edisi Kelima, Jilid 1 dan Jilid 2*. In PT Penerbit erlangga.
- Nazir, M. U., Yasin, I., & Tat, H. H. (2021). *Destination image's mediating role between perceived risks, perceived constraints, and behavioral intention*. *Heliyon*, 7(7). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07613>
- Nisa', Khairun. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Bertransaksi Melalui Instagram (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang)*. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/5902>
- Notoatmodjo, S. (2017). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. In Jakarta: Rineka Cipta.
- Novaria, N. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah Di Ponorogo*. In Core.Ac.Uk.

- Nuryani, I., Kosim, A. M., & Yono, Y. (2022). Analisis Faktor Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk KPR Syariah: Studi kasus Bank BTN Syariah KCU Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 991–1008. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2410>
- Orton, L. (2017). *Financial Literacy: Lessons from International Experience*. In *Canadian Policy Research Networks* (Issue September).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK), November.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2019). *Consumer behavior and marketing strategy*. London: McGraw-Hill.
- Reepu, & Arora, R. (2022). *The Effect of Perceived Risk on Intention to Use Online Banking*. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(1). <https://doi.org/10.13189/ujaf.2022.100107>
- Robbins, Stephen P, Mary A, C., Cenzo, D., & David. (2018). *Management The essentials*. In *Pearson Education* (Vol. 26, Issue 2).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen* (Nikoemus (ed.)). C.V ANDI OFFSET.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Segara, T. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen: konsep dan implementasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setyoparwati, I. C. (2019). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia*. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Suleiman, A., Dewaranu, T., & Anjani, N. H. (2022). *Menciptakan konsumen yang terinformasi: melacak program-program literasi keuangan di Indonesia*. In *Center for Indonesian Policy Studies* (Issue 49).
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Sumarwan, U., & Palupi, E. (2017). *Preferensi Konsumen terhadap Buah-Buahan Lokal dan Organik serta Implikasinya terhadap Pendidikan Konsumen Cinta Produk Nasional*. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 10(2), 157–168. <https://doi.org/10.24156/jikk.2017.10.2.157>

Swastha, B. D., & Handoko, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. In BPFE- Yogyakarta*. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i1.207>

Syahrir, Danial, Ulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS*. In *PT. IPB Press*.

Yulianti, I. (2022). *Analisis pengaruh memutuskan menjadi nasabah bank syariah sragen dengan kepercayaan sebagai variabel intervening*. *Banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.35905/banco.v3i2.2036>

Bi.go.id

<https://radartasik.id/populasi-lelaki-mendominasi/>. Diakses pada hari sabtu 28 Februari 2023, Pukul 17:12:15)

rumah.com (<https://www.rumah.com/berita-properti/2023/2/208102/pekerja-berusia-30-35-tahun-suka-hunian-seperti-ini>). Diakses pada hari selasa 28 Februari 2023, pukul 17:25:04)

rumah.com (<https://www.rumah.com/panduan-properti/program-sejuta-rumah-66405>). Diakses pada hari kamis 28 Februari 2023, pukul 15:33:34)

Wikipedia (https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Tasikmalaya). Diakses pada 28 Februari 2023 pukul 16:45:30).