

DAFTAR PUSTAKA

- AK, A. W. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan dan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Vol.7 No.1*.
- Ali, M. M. (1979). *Qur'an dan Suci Teks Arab, Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia*. Jakarta: Darul Kutub Islamiah.
- Anwar, A. M. (Oktober 2016). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia ISSN : 2541-0849 Vol. 1 No.2*.
- Anwar, T.H., (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ardani, M. M. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik The BodyShop di Kota Denpasar. *Jurnal Universitas Udayana Bali Vol.4 No.2*.
- Aribawa, D. (Januari 2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis Vol. 20 No. 1*.
- Chongb, M. A. (2014). Financial Literacy: An Exploratory Review of the Literature and Future Research. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*.
- Dewi Sri Susanti, D. (2016). *Analisis Regresi dan Korelasi*. Purwokerto: CV IRDH.
- Djailani, C. I. (29 Oktober 2021). *Literasi Keuangan Syariah di Indonesia Ternyata Masih Rendah*. Suara.com.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Fitri, V. L. (2022). Pengaruh Islamic Branding dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat di Indonesia). *Thesis Universitas Pendidikan Indonesia*.

- Fitriyani, E.N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z di Moderasi Social Media Influencer. *Journal of Inovation Research and Knowledge Vol.1 No.4*.
- Hadi Ismanto, d. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hakim, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya VOL.8 NO.2*.
- Handani, L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Handida, R. (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 Economia, Volume 14, Nomor 1*.
- Hasan, M. d. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hatauruk, I. S. (2021). Pengaruh Islamic Branding dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa PAI IAIN Padangsidempuan Menabung di Bank Syariah. *Skripsi Institut Agama Islam Negri Padang Sidimpun*.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kewal, A. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Economia, Vol.9 Nomor.2*.
- Kotler, A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- L.Remund, D. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs Vol.44 No.2*.
- Lutfiati, E. S. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi keuangan . *Kinerja Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.2 No.2*.
- Lukman, H. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Maghiszha, D. F. (2022, April 7). *Ini Masalah Utama Pengembangan Perbankan Syaria di RI*. Jakarta: Okezone.

- Muhamad. (2017). *Lembaga Perekonomian Islam*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Muhammad Arsalan Ali, d. (2021). Impact of Islamic Financial Literacy, Subjective Norms, Risk Perception and Perceived Behavioral Control on Adoption of Islamic Banking in Pakistan. *Geintec*.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam Vol.13 No.2*.
- Nurul Aisyah, D. (2022) . Pengaruh Islamic Branding dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Vol.9 No.1*.
- Nugroho, S. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Palenewen, P. (September 2014). Kualitas Layanan dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Cabang Pembantu Palu. *Jurnal Emba Vol.2 No.3*.
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (2015). Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Prajitno, S. B. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Academia*.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta: Start Up.
- Purnomo M antara, D. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Ekonomi dan Keuangan*.
- Purnomo, M. R. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor Vol.9 No.1*.
- Putri, A. M. (2018). Pengaruh Fasilitas Layanan, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi BNI Syariah Bengkulu). *Skripsi IAIN Bengkulu*.
- Putri, L. K. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Di BMT Pahlawan Tulungagung. *Skripsi IAIN Tulungagung*.
- QS Al-Baqarah, a. 275. (t.thn.). Dipetik November 20 Pukul 21:47, 2022, dari <https://tafsirq.com/>
- QS Al-Furqan, A. 6. (t.thn.). *Qurano.com*. Dipetik November 20 pukul 20.07, diakses 2022, dari <https://qurano.com/>

- QS Al-Hujarat, A. 67. (t.thn.). Dipetik November 20 Pukul 22:01, 2022, dari <https://tafsirweb.com/>
- Rahim, S. H. (2016). Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Student: an Exploratory Factor Analysis . *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol.6.
- Rahman, A.J. (2014) The Impact of Islamic Branding on Consumer Preference towards Islamic Banking Services, *Journal of Islamic Banking and Finance* Vol. 2, No.1.
- Rakhman, K. G. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biore Men di Kota Semarang. *Jurnal Undip*.
- Ranto, D. W. (2013). Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen. *JBMA Vol.1 No.2*.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Mode Easy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rasmini, S. d. (2018). Analisis Literasi Keuangan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Vol.8 No.2*.
- Ridwan. (2009). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Rita Kusumadewi, d. (2019). *Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Pondok Pesantren*. Cirebon: CV Elsi Pro.
- Rochmawati, N.D. (2021). Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Akuntabel Vol.18. No.3*
- Roestanto, A. (2017). *Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Istana Media.
- Rusni. (2015). Geneologi Gender Pada Perempuan Pembuat Ikan Kering. *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi Vol.3 No.1*.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Syariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Vol.1 No.1*.
- Sabik Khumaini, D. (September 2013). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Jurnal Emba Vol.1 No.3*.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sardiana, A. (2016). The Impact of Literacy to Shariah Financial Service. *Etikonomi*.
- Sari, F. M. (Juli 2015). Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan Para Pengguna Kartu Kredit di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Investasi Vol.16 No.2*.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Subidyo, T.U.,(2010). *Marketing Muhammad SAW*, Bandung: Salamadani.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna.(2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syahpitri, W. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Membuka Produk Tabungan Markhamah (Studi Kasus PT Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah Kota Tebing Tinggi. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Teuku Syifa Fadrizha Nanda, D. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance Vol.1 No.2*.
- Tika, M. P. (2006). *Metodologi Riset Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F.G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi kedua, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wandira, A. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah. *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Wijarnako, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa di Lingkup Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Vol.3 No.1*.

- Wijayaningratri, C. S. (April 2015). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.4 No. 4*.
- Winaro, A. F. (2018). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pada Nelayan Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol.3 No.2*.
- Yeni, P. S. (2015). Faktor-Faktor yang Berhubungan Dengan Pengetahuan Pengguna Obat Generik Pada Masyarakat di Wilayah Kerja Puskesmas Padang Panyang Kabupaten Nagan Raya. *Skripsi Universitas Teuku Umar*.
- Yulianto, A. (September 2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kualitas Terpersepsi Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Produk atau Layanan di Lembaga Keuangan Syariah, *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Yuniarto, R. K. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapan Dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Yusuf, D. D. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal, Volume 10 No. 1*.
- Zahara, G. K. (Juli 2021). Pengaruh Islamic Branding dan Perilaku Religius Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol.7 No.3*.