

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Abdul Rouf et al. (2021) “Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Menabung Nasabah,” *Journal of Social Community*, 6(2), pp. 154–163. Available at: <https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/kabilah/article/view/5410>.
- Ayun Damayanti. (2017). *Strategi Personal selling Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) IB pada PT Bank BRI Syariah TBK Kantor Cabang Pembantu Wachid Hasyim Jombang*. 5.
- Amir Sahaka. (2019). Profesi, profesional dan pekerjaan. *Jurnal Teknologi Pendidikan Madrasah*, 2, 61–69. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2575110>
- Apriani, A. (2021). *Pengaruh Personal Selling Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Wana Artha Life Tanjungpinang*. 6. <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/1052/>
- Diansari, A. A. R. (2015). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN*. Vol. 3 No. 2 (2015), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v3n2.p%25p>
- Erlangga, W. (2025). *Personal selling Sebagai Teknik Pemasaran Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor*. (September).
- Hanum, F. (2019). *Pengaruh Personal selling Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Rahn Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Pelayanan Syariah Rantau Prapat*.
- Hilda, W. M. (2017). *Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Direct Marketing Dan Corporate Image Terhadap Keputusan Nasabah*. *Manajemen*, 20–140.
- Irawati, N., & Andi, P. A. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66.
- Ishak, I. (2022). *Pengaruh Personal selling Terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Belopa)*. 4.
- Jamaluddin, J., Su, W., Vennolia, V., & Bangun, I. K. (2019). *Pengaruh Personal selling Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk. Cabang Katamso Medan*. *Gorontalo Management Research*, 2(2), 90. <https://doi.org/10.32662/gomares.v2i2.695>
- Khoerunnisa, K. (2025). The Impact of Business Model Innovation (BMI) and Organisational Values on Firm Performance: Mediating Role of Corporate Sustainability. *Corporate Sustainability-A New Paradigm*, 32(3), 56–71.

- Kulsum, U., Aulia, F. U., & Robbaniyah, V. I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 4(01), 47–55. <https://doi.org/10.19105/mabny.v4i01.13214>
- Kumar, Sunil; Lochab, A.; Mishra, M. (2021). The Impact of Business Model Innovation (BMI) and Organisational Values on Firm Performance: Mediating Role of Corporate Sustainability. *Corporate Sustainability-A New Paradigm*, 32(3), 56–71.
- Nopri. (2018). pengaruh triangele marketing terhadap keputusan menjadi nasabah simpanan pelajar ib (SimPel) di bank brisyari'ah kantor cabang kota bengkulu. *UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu*. <https://doi.org/http://repository.iainbengkulu.ac.id/10709/>
- Nuzulul Fajri, H. (2023). Pengaruh Layanan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Dan Strategi Pemasaran Tabungan Emas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19. https://repository.uinsaizu.ac.id/22438/1/HASNAH_NUZULUL_FAJRI_PENGARUH_LAYANAN_APLIKASI_PEGADAIAN_SYARIAH_DIGITAL_DAN_STRATEGI_PEMASARAN_TABUNGAN_EMAS_TERHADAP_KEPUTUSAN_NASABAH_MENABUNG_EMAS_DI_PEGADAIAN_SYARIAH_CABANG_PASAR_WAGE_PURWOKERTO.pdf
- Saputri, D. V. (2024). Pengaruh *Personal selling*, Sales Promotion, dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Multijasa (Studi pada PT BPRS Mitra Agro Usaha). *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 15(1), 37–48.
- Suparwo, A., Riana, D., & Sari, R. D. (2017). Pelaksanaan *personal selling* dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 241–248.
- Suwaldiyan. (2023). 4058-Article Text-10143-1-10-20230806. *Jurnal Q I E M A (Q o m a r u d d i n I s l a m i c E c o n o m y M a g a z i n E)*, 9(2), 162–181. <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qiema/article/view/4058/2816>
- Yusuf, M. A., Herman, H. T., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02), 13331–13344.

Buku

- Ghozali, H. I. (2021). Bab 2 Pengenalan Program Spss Aplikasi Statistik Dekriptif Dan Crosstabs. Dalam *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management 15e with Indian Case Study*. Dalam *Marketing-Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Kotler & Armstrong (2018) *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi 12*. Available at: <https://id.scribd.com/document/436592785/Prinsip-Prinsip-Pemasaran-Philip-Kotler-Gary-Armstrong-Jilid-1-Edisi-12-1-pdf> (Accessed: March 1, 2026).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Higher Ed, 2021. Available at: https://doi.org/https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management_Global_Edition.html?id=eb6GEAAAQBAJ&redir_esc=y.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&DBandung :Alfabeta*.
- Sugiyono, D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Dalam *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Jasa/9_XEDwAAQBAJ
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2020). *Pengantar Statistika (Edisi Ketiga): Cara Mudah Memahami Statistika*. Sinar Grafika.

Sumber lain

- Bjb, B. (2023). *Sukses Dukung Program Kejar, bank bjb Terima Penghargaan OJK - Bank bjb*. Bankbjb.Co.Id. <https://bankbjb.co.id/news/sukses-dukung-program-kejar-bank-bjb-terima-penghargaan-ojk>
- OJK. (2024). Hasil Survei Nasional Literasi & Inklusi Keuangan 2024. *Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia*, 1–6. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- SKNI. (2022). *Satu Rekening Satu Pelajar (KEJAR)*. <https://snki.go.id/Satu-Rekening-Satu-Pelajar-Kejar/>. <https://snki.go.id/satu-rekening-satu-pelajar-kejar/>