

DAFTAR PUSTAKA

- Afiatin, T. (1998). Religiusitas Remaja: Studi Tentang Kehidupan Beragama di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 55-64.
- Agung, S. (2010). *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia (Skripsi).
- Alfansi, L., & Sargeant, A. (2000). Market Segmentation in The Indonesian Banking Sector: The Relationship Between Demographic and Desired Costumer Benefit. *International Journal of Bank Marketing*.
- Ancok, J., & Suroso, F. N. (2004). *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problematika Psikologi*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Antonio, S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Azwar, S. (2008). *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Sensus Penduduk 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2004). *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2007). *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2016, September 16). *Sekilas Perbankan Syariah di Indonesia*. *Perbankan Syariah*.
- Berghammer, C., & Fliegenschnee, K. (2014). Developing a Concept of Muslim Religiosity: An Analysis of Everyday Lived among Female Migrants in Austria. *Journal of Contemporary Religion*, 89-104.
- Bian, X., & Moutinho, L. (2008). *The Role of Product Involvement, Knowledge and Perceptions in Explaining Consumer Purchase Behavior of Counterfeits: Direct and Indirect Effects*. UK: University of Hull.
- Bimawan, D. (2005). *Analisis Pengaruh Determinants of Bank Selection terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada (Tesis).



- Blackwell, R. D., Miniard, P., & Engel, J. (2001). *CO nsumer Behavior*. Orlando: Harcourt Inc.
- Budisantoso, T., & Triandaru, S. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dadan, M. (2008). *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah, Bank, LKM, Asuransi dan Reasuransi*. Yogyakarta: Safiria Insania Press.
- Fatmawati, D. (2015). *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta (Skripsi Tidak Dipublikasikan).
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (Edisi ke-4)*. London: SAGE.
- Gaffar, A. (2014). *Perngaruh Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Makassar: Universitas Hasanuddin (Skripsi).
- Gronroos, C. (2000). *Service Management And Marketing: A Customer Relationship Management Approach (2nd ed.* Chichester: John Wiley and Sons, Ltd.
- Hair, J., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (1998). *Multivariate data analysis (5th ed)*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall .
- Halim, R. E., & Nikenpratiwi, G. (2012). Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Pembelian Handphone. *Jurnal Manajemen*, 17-29.
- Humaemah, R. (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etnis Cina NonMuslim menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus: PT Bank Mega Syariah Indonesia)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Indonesia, T. P. (2002). *Konsep, Produk, Implementasi Operasional Bank Syariah* . Jakarta: Karya Unipress.
- Jalaludin, H. (2007). *Psikologi Agama Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-prinsip Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Japar, M., & Purwati. (2014). Religiosity, Spirituality and Adolescents' Self Adjustment. *International Education Studies Vol.7 No.10*, 66-74.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo .
- Kaynak, E. (2005). American consumer's attitude towards commercial banks. *The International Journal of Bank Marketing*, 73-89.



- Koch, T. W. (2000). *Bank Management*. Orlando: The Dryden Press, Harcourt Brace Publisher.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for Hospitality & Tourism*. Prentice Hall: New Jersey.
- Kuncoro, M. (2010). *Dasar-dasar Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN .
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Daniel, C. M. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescent. *Media Psychology*, 7795.
- Lewis, & Booms. (2005). The Marketing Aspects of Service Quality. Dalam F. Tjiptono, & C. Gregorius, *Service, Quality & Satisfaction Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi.
- Lin, L., & Zhen, J. (2005). Extrinsic Product Performance Signaling, Product Knowledge and Consumer Satisfaction: An Integrated Analysis- An Example of Notebook Consumer in Taipei City. *Fu Jen Management Rview*, 65-91.
- Long, Y., Lin, C., & Chun, S. (2006). The Influence of The Country of Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions: An Empirical Study of Insurance and Catering Service in Taiwan. *The Journal of Consumer Marketing*, 248-265.
- Machmudah, R. (2009). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah NonMuslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi pasa Bank CIMB Niaga Syariah cabang Semarang)*. Semarang: IAIN Walisongo.
- Majid, L. (2016). *Pengaruh Religiusitas dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota dalam Memilih Produk Simpanan Wadi'ah Ya ad-Dhamanah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitut Tanwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbulharjo Yogyakarta*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga (Skripsi Tidak Dipublikasikan).
- Maysaroh, D. (2014). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta: UIN Sunan Kali Jaga.
- Moberg, D. O. (1972). *The Great Reversal* . Philadelphia: J.B.Lipponcott.
- Mourali, M., & Pons, M. (2005). Individualistic Orientation and Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. *Journal of Services Marketing* , 164-173.
- Muhammad, M. (2002). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- Mutasowifin, A. (2003). Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Pasar Non Muslim. *Jurnal Universitas Paramadina Vol.11*.



- Nashori, & Mucharam. (2002). *Mengembangkan Kreatifitas dalam Perspektif Islamu*. Yogyakarta: Menara Kudus.
- Nurkhafi. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah di surabaya*. Surabaya: UPN "Veteran" Jawa Timur.
- Nuryati, & Gumilar, A. G. (2011). *Analisis Perbandingan Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah*. Surakarta: STIE-AUB Surakarta.
- OJK. (2017). *Statistik Perbankan Syariah Januari*. Jakarta: Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan.
- Pallant, J. (2010). *SPSS Survival Manual*. Berkshire: McGraw-Hill.
- Peter, J., & Olson, J. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2010). *Bank Management & Financial Services*. New York: McGraw-Hill.
- Roziq, A., & Diptyanti, R. F. (2013). Variabel Penentu dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. *JEAM Vol.XII No.1/2013*, 1-24.
- Rum, M. (2015). Keputusan Penggunaan Layanan Bank Syariah Berdasarkan Religiusitas dan Profesionalisme. *Jurnal Ekonomika Vol 4 No.10*, 1-40.
- Schiffman, I. G., & Leslie, L. K. (2004). *Consumer Behavior* (8th Edition ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2008). *Consumer Behavior 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Septiarini, A. A. (2011). *Faktor-faktor yang Membedakan Nasabah Memilih Tabungan Bagi Hasil dan Sistem Bunga*. Jember: Universitas Jember.
- Sjahdeni. (1999). *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Solomon, M., Bammosy, G., Askegard, S., & Hogg, M. (2006). *Consumer Behavior: A European Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Srianti, A. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Stephen, R., & Timothy, A. (2008). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stolz, J. (2009). Explaining religiosity: towards a unified theoretical model. *The British Journal of Sociology Volume 60, Issue 2*, 345-376.
- Sudarsono, H. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.



Swastha, B. H. (2001). *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.

Thouless, R. (2000). *Pengantar Psikologi Agama (Terjemah: Machmun Husein)*. Jakarta: Rajawali Press.

Wibowo, E., & Widodo, U. H. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Yuliadi, I. (2001). *Ekonomi Islam, Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: LPPI.

Ziliwu, V. (2008). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Syariah Plus pada Bank BNI Syariah di Jakarta*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.