

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), 1–20.
- Ahmadan, D., & Novayanti, M. (2022). Implementasi Akad Pembiayaan Di KSPPS BMT Al-Ittifaqiah Indralaya Dalam Tinjauan Fatua Dewan Syariah Nasional. *Jurnal La Riba Jurnal Perbankan Syariah*, 4(01), 51–67.
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amruddin, A., Muskanan, I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., Pandie, F. R., Goa, M. Y., & Martinin, Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Sumber Elektronik)* (Issue August).
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2023). Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jesya*, 6(2), 2301–2316. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1266>
- Andesra, Y. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(2), 138–150.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Anidayati, B., & Susila, I. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Media Sosial dengan Adopsi Informasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Produk Skincare Di Marketplace Shopee). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 438–454.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Aulia, H., & Shofiyah, I. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan (Studi Kasus Pada Kb Bukopin Syariah*

- Kc Yogyakarta*). 6(2), 432–443.
- B, N., Septian, W, O., A, A., & S, H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat Dan Proses) Terhadap Minat Beli. *Correspondencias & Análisis, 15018*, 1–23.
- Caraecle, A. J. B. (2022). *Problems and Challenges on the Islamic Marketing Mix of Selected Halal Food Manufacturers in Mindanao , Philippines*. 1–5.
- Dahrani, & Syahfitri, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Ditinjau dari Perspektif Islam pada Home Industry Queenna Collection. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi, 3*(1), 30–34.
- Dataindonesia.id. (2022). *Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama*. Dataindonesia.
- detikNews. (2022). *Tantang Sistem Digital Perbankan Syariah di Era Society 5.0*. DetikNews.
- Dingot, H. I., Damdam Damiyana, & Kania Farida. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tiket on Line. *Buana Ilmu, 6*(2), 130–144.
- Fahrul, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online*. 4(1), 31–41.
- Fatah, A. M., & Sunaryo. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 9*(1), 1–17.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 3*(1).
- Firmansyah, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, 2*(3), 16–22.
- Frans, S., & Tiara Narundana, V. (2022). Strategi Pemasaran Robusta Coffee Bunga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1*(7), 1109–1120. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.132>
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora, 7*(2), 1–5.
- Ghozali. (2021). *No Title*.

- Gita Sukma, C., Hadi, A., & Hartini, T. (2023). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. 19(1), 2023–2162.
- Hafid Ramadhani, F., Messe Ambo, R., & Sofyan, S. (2022). *Strategi Pemasaran Islami Terhadap Peningkatan Usaha Kripik Pisang Bunkey Makassar*. 2(92).
- Hastharita, R. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar. *J-Hes*, 4(2), 66–80.
- Haya, S. F., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 2.
- Hidayat Fahrul, D. (2023). *Minat Menabung di Bank Syariah*. 5, 31–41.
- Hikmah, M. (2017). Tingkat Ketertarikan Masyarakat Muslim Terhadap Bank Syariah Di Yogyakarta, Indonesia. *Seminar Forum Ilmiah Keuangan Negara*, 4(1), 1. <http://ejournal.uin->
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- katadata.co.id. (2022). *Total Aset Bank Umum Syariah tahun 2022*. Katadata.Co.Id.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 483–491.
- kompasiana. (2017). *Mitos Iklan Mie Sedap*. Kompasiana.
- Kumpan.com. (2024). *No Title*. <https://Kumpan.Com/Seputar-Yogyakarta/Luas-Yogyakarta-Berapa-Hektar-Ini-Profil-Lengkapnya-21wJ4z7Udom/2>.
- Kushartiningih, R., & Riharjo, I. B. (2021). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Pengawasan Terhadap Kinerja Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 10(3), 1–18.
- Larassati, N., & Fauzi, A. (2022). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil*, 4(2), 202–217.
- Lubis, D., Annisa, C., & Salsabila, A. (2022). Pengaruh Pelayanan dan Merek Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk

- Tabungan di Bank Sumut Syariah Stabat. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 19–25.
- Lusananta, D. T., & Ridlwan, A. A. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Bisnis Kafe Takanagari Sidoarjo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 6(1), 1–16.
- Mahmud, A., & Nurmiati. (2022). Marketing Mix : Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Simpeda Pada Bank Sulselbar. *Laa Maisyir Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 1–18.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maryamah, N., Widowati, M., & Fajria, R. N. (2023). Analisis Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Layanan, dan Penggunaan M-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Keunis*, 11(1), 58. <https://doi.org/10.32497/keunis.v11i1.3788>
- Mathew, V. (2022). Does Islamic Marketing Mix Affect Consumer Satisfaction? An Analysis of Consumer Perception in the Service Industry. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.297491>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501–2510.
- Melani, S. A., Afifa, O. N., & Febrianti, M. (2022). Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Jurnal Sahmiyya*, 1(2), 157–161. <https://doi.org/10.37812/aliqitishod.v9i1.227>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga , Lokasi , Fasilitas , dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partia. 10, 391–402.
- Muzdalipah, M. M., & Mahmudi, M. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah : Penggunaan Bsi Mobile Di Era Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 12. <https://doi.org/10.35906/equili.v12i1.1241>
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 123–132.

- Nirmala, I. A., & Rahayu, Y. S. (2022). Pengaruh Islamic Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 326–337.
- Nugraha, R. F., & Riani, A. L. (2023). Pengaruh Homesickness Terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Jateng Dan DIY. *Prosenama 2023*, 3(Prosiding 2023), 204–215.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 142–157.
- Oktaviani, C., Sintia, I., Panorama, M., & Salsabila, S. (2022). Pengaruh Islamic Marketing Mix, Service Quality dan Customer Value terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 691–708. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1724>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Tingkat Inklusi Keuangan Yogyakarta*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Memahami Apa Itu Bank Syariah*. CIMB NIAGA.
- Palupi, A, A. N., & A.A, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap. 3(1), 192–205. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>
- Prajoko, A. M., Effendi, I., & Sugandini, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kualitas Informasi terhadap E-kepuasan dengan kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Marketplace Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(1), 287–306.
- Putri, N. A., & Ardyansyah, F. (2023). Implementasi Islamic Marketing Mix pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2804–2814. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3651>
- Rahayu, S., & Kunci, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. 5(2), 2192–2207.
- Renea, A. S., Bogor, MerdekaManajemen, M., Pascasarjana, S., Ibn, U., Merdeka, P., & Bogor, K. (2023). *Determinasi Kualitas Pelayanan Puskesmas , Kepercayaan , dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Puskesmas Merdeka Bogor*. 18(1), 84–90.
- Safitri, V. N., & Widyastuti, E. (2023). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan

- Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 71.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 1(3), 24–31. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/download/37/42/120>
- Salsabilla, T. A. (2022). Kualitas layanan aplikasi Pospay dari PT. Pos Indonesia (Persero) untuk pelanggan Kota Bandung. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(7), 622–633.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.
- Setiawan, S. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 240–251.
- Siregar, A. P., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). Peran Harga Produk dan Brand Image terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re.Juve (The Role of Product Price and Brand Image on Purchase Decision of Cold Pressed Juice Re.Juve Product). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2657–2665. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sri Mayasari, W. D. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Sudirman, S., Darmiati, D., & Rahman, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(3), 640–650. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i3.11805>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Suhaidi, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah Perspektif Islamic Marketing Ethics. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 666. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4617>
- Sulistiyani, L., & Umi, Y. A. (2021). Pengaruh Persepsi, Perilaku, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Tugu Jogja Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Bhiwara: Journal of Marketing and Commerce*, 6(1), 13–21.

- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), 473–492. <https://doi.org/10.55927/fjas.v1i4.1250>
- Syukur, P. A., & Syahbudin, F. (2020). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 71–94.
- Tabelessy, W., & Batkunde, A. A. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Ibm Spss Untuk Pengujian Hipotesis. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1647–1651.
- Violin., V., Mahfudnurnajamuddin, H., S., & S., M. (2021). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. 2(1).
- Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 21–33.
- Wikipedia. (2023). *Perbankan Syariah*. Wikipedia.
- Wulandari, S. W., & Nilasari, A. P. (2023). Peningkatan Kualitas Perbankan Syariah Dengan Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (Sdm). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), 32–49.
- Yuliani, E., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat Dan Kesadaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.904>
- Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67–85.
- Zulkarnain, R. (2023). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Manajemen Dan Retail*, 3(01), 78–85. <https://doi.org/10.47080/jumerita.v3i01.2530>