

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2020). *Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu Di Banda Aceh*. *Teknik Sistem Industri*, 6(3).
- Afifah, R. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. 1–182.
- Agus Salim Harahap, Et, A., & Siregar, S. (2020). *Kepatuhan Syariah Aspek Bagi Hasil Perbankan Syariah*. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 573–578. <https://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks/issue/view/4>
- Agustina, R., Et, A., & Et, A. (2019). *Pengaruh Suhu dan Lama Penyangraian Terhadap Fisik-Kimia Kopi Robusta dan Kopi Arabika*. *Inovasi Teknologi Untuk Masyarakat*.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. *Interfaces*, 30, 117–118. <http://eprints.undip.ac.id/22558/>
- Anggreany, F. A., Sholva, Y., & Pratiwi, H. S. (2020). *Sistem Rekomendasi Layanan Harga Produk Terendah Berbasis Partisipasi Masyarakat*. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JUSTIN)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.26418/justin.v8i1.32943>
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Bagastia, M. I. (2018). *Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan*.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Web Page*. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html

- BPS. (2022). *Jumlah ASN Kabupaten Kebumen*. https://satudata.kebumenkab.go.id/index.php/web/grafik_indikator/3/9626
- Buchari, A. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Revisi*. Alfabeta.
- Departemen Agama, R. I. (2022). *Al- Quran Terjemahannya*. Karya Agung Surabaya.
- Effendi, Z., & Chandra, R. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT . Inyong Travel Barokah*. 1–25. 1–25.
- Fathonah, S., Et, A., & Soebandiono, S. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Marketing Mix Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Benih Jagung Hibrida Pioneer*. Jurnal STIE AUB.
- Gitosudarmo. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE, 1994.
- Haleem, A., Javaid, M., Asim, M., Pratap, R., & Suman, R. (2022). *International Journal of Intelligent Networks Artificial intelligence (AI) Applications For Marketing: A literature- based study*. 3(July), 119–132. International Journal of Intelligent Networks.
- Hasbiyadi, H., Mursalim, M., Suartini, S., Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada Pt . Sungai Saddang Sejahtera*. (Manajemen & Akuntansi, XXII, 57–64.
- Isnawati, R. (2020). *Cara Kreatif Dalam Proses Belajar (Konsentrasi Belajar Pada Anak Gejala Gangguan Pemusatan Convenience, Promotion, Price, Financing Decisions At Islamic Banks Perhatian (ADD))*. CV. Jakad Media Publishing.
- Jackling Gerung, C., Sepang, J., & Loinding, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA Vol No . Jurnal EMBA Vol 5 No. 2.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2020). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 21(1), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/85820-ID-pengaruh-promosi-online-dan-persepsi-har.pdf>
- Jogiyanto, H. (2019). *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset ke Depan*. ANDI: Yogyakarta.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Et, A. (2018). *Marketing Management 15th ed.* Pearson Education.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (4th ed.). Khalifah Mediatama.
- Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Luo, Q., Hossen, M. A., Zeng, Y., Dai, J., Li, S., Qin, W., & Liu, Y. (2022). *Gelatin-based Composite Films And Their Application In Food Packaging: A Review*. *Journal of Food Engineering*, 313(August 2021), 110762. doi.org/10.1016/j.jfoodeng.2021.110762
- Muhammad. (2019). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Rajawali Pers, 16.
- Muhammad. (2020). *Manajemen Bank Syariah ed terbaru*. UPP AMP YKPN.
- Nadialista Kurniawan, R. A. (2021). *Analisis Penerapan Prinsip 5C Pada Pembiayaan Murabahah Di Bank Sumatera Utara Syariah KCP HM Yamin*. In *Industry and Higher Education* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspac.e.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- OJK. (2022). *Laman Ojk.go.id*. www.ojk.go.id
- Otoritas Jasa Keuangan, O. (2021). *Apa Itu Kredit Dan Pembiayaan*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/316>
- Pradesyah, R. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)*. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i2.65>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Menggunakan Layanan*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rahayu, I. S. (2021). *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Ramadhan, R. (2019). *Persepsi Kemudahan Pnggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 490–491.
- Razak, I. (2016). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome Di Propinsi Dki Jakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i2.39>
- Ristania, Novia, & Jusianto, J. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada “ Online Shop” S-Nexian Melalui Facebook*. *Jurnal of Business Strategy and Execution*, Vol.5 No.2, 131. *Jurnal of Business Strategy and Execution*, Vol 5 %0ANo.2
- Rithmaya, C. L. (2016). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking*. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Safitri, A. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/6390/>
- Sarwita, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung*. *Iurna Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Vol 4 No 1*.
- Sirma, R. P. E. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Physical Eidence Terhadap Modal Usaha Di Perbankan Syariah*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/6093/>
- Soemitra, A. (2018). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana Prenada Meida Group.

- Statistik, B. P. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten dan Agama yang Dianut di prov Jawa Tengah*. <https://jateng.bps.go.id/statictable/2021/04/09/2249/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-jawa-tengah-2020.html>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis ed Terbaru*. Alfabeta.
- Sumar'in. (2018). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Graha Ilmu.
- Syahputra, Herman, & Et, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam*. Jurnal Ilmiah Kohesi.
- Tafsir Al Muyassar, K. A. S. (2023). *TafsirWeb*. <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html>
- Yunia Rahmawati, A. (2020). *Penilaian Bank Terhadap Nasabah Dalam Pemberian Kredit Bank Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 1998*. VII(July), 1–23.
- Zhang, L., Erturk, E., & Et, al. (2022). *Social Sciences & Humanities Open Potential lessons from Chinese businesses and platforms for online networking and marketing: An exploratory study*. Social Sciences & Humanities Open, 6(1), 100274. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100274>