

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., & Abd.Majid, M. S. (2009). The Influence of Religiosity, Income And Consumption on Saving Behaviour: The Case of International Islamic University Malaysia (IIUM). *Iqtisad*, 4(1), 37–55. <https://doi.org/10.20885/iqtisad.vol4.iss1.art3>
- Abduh, Muhammad (2015). *Determinat of Islamics Banking Deposit: Empirical Evidence From Indonesia. Middle East J. Management*, Vol. 2(3): 240-251.
- Ancok, Djamaludin dan Fuat Nasoni Suroso. Cetakan VII . Psikologi Islam: *Solusi Islam atas Problem-Problem Psikolog*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Andespa, Roni. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah*. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2 (1).
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arianti, B. F. (2018). *The Influence Of Financial Literacy , Financial Behaviour and Income On Investment Decision*. 1(1), 1–10.
- Bawono, A., Ekonomi, F., & Salatiga, I. (n.d.). *Analisis Pemahaman , Produk , dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga*. 7, 29–53.
- BPS. (2016). *Jumlah Penduduk Per Kecamatan dan Kelompok Umur Tahun 2016*. [Www.BPS.COM. https://padangkota.bps.go.id/dynamictable/2017/05/24/17/jumlah-%09penduduk-%09per-kecamatan-dan-kelompok-umur-tahun-2016.html](https://padangkota.bps.go.id/dynamictable/2017/05/24/17/jumlah-%09penduduk-%09per-kecamatan-dan-kelompok-umur-tahun-2016.html)
- Christopher Pass dan Bryan Lowes.1994. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Durianto, Darmadi dkk. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- ekonomi.kompas.com. (2019). *Ini Investasi Yang Diminati Milenial*. [Www.Kompas.Com. www.kompas.com.https://search.kompas.com/search/?q=masyarakat+lebih+banyak+berinvestasi+di+saham&submit=Kirim](https://www.kompas.com)
- Kristiyadi & Hartiyah, S. (2016). *Pengaruh Kelompok Acuan , Religiusitas , Promosi*. 5(Hutabarat 2010), 44–63.
- Engel; et al. 2019 *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa. Publisher.

- Fatmawati, Desy. 2015. "Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim Di Sleman". Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fauzi, R. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37–46.
- Fauzy, T. O., Purwadi, A., Hakim, R., Studi, P., Syariah, E., Islam, F. A., & Malang, U. M. (2019). *Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pendahuluan*. 4(2), 181–206.
- Fisher, P. J. (2010). Gender differences in personal saving behaviors. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 21(1), 14–24.
- Hair et al., 1995. *Multivariate data analysis. Pearson new international edition. Seventh edition*.
- Harhap, Raja Sakti Putra. (2016). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung. Jurnal Al-Qasd, Vol 1 : 21–39*.
- Herawati, N. T., & Dewi, N. W. Y. (2020). *The Effect of Financial Literacy, Gender, and Students' Income on Investment Intention: The Case of Accounting Students*. 394(Icirad 2019), 133–138. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200115.022>
- Hidayah, N. (2018). Gender, Pengetahuan Keuangan, dan Niat Bertansaksi Saham. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(2), 7–15. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i2.37>
- Hastharita, Rafiq. (2020) Faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar. *J-HES*. 4.
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Mulyana, Deden. (2012). *Teori Perilaku Keuangan*. Www.Ipotnews. [https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?news\\_id=13920&group\\_news=IPOTNEWS&news\\_date=](https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?news_id=13920&group_news=IPOTNEWS&news_date=)
- Alfi, Azizah Nur. (2020). *Bank Nagari Targetkan Jadi Bank Syariah Paling Lambat Akhir 2021*. [www.Bisnis.com](http://www.Bisnis.com). <https://finansial.bisnis.com/read/20201123/231/1321449/bank-nagari-targetkan-jadi-bank-syariah-paling-lambat-akhir-2021>.
- Jogiyanto. 2014. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi ke-6*. Yogyakarta

Kadariyah. (2019). *Analisa Pendapatan Nasional*. Jakarta: Bina Aksara.

Kasri, R. A., & Kassim, S. H. (2009). *Empirical Determinants of Saving in the Islamic Banks : Evidence from Indonesia*. 22(2), 181–201.

Khamid. (2017). *Ayat Tentang Riba dan Artinya Dalam Al-Quran*. Www.Jurnal Islami. <https://www.jurnalislami.com/ayat-tentang-riba/>

Luthfiani, R. A., & Sari, R. C. (2019). *The Effect Of Religiosity , The Level Of Income , And The Level Of Islamic Financial Literacy Toward The Interest Of Student To Become Customer in. VIII*.

Munajim, A., & Anwar, S. (2016). Faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah. *Ilmiah Indonesia*, 1(2), 41–52.

Munandar, M. 2006. *Pokok-pokok Intermediate Accounting*, Universitas Gadjah Mada.

Nurlaeli, Ida. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas. *Jurnal Pemikiran Islam Vol XVIII No 2*.

Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 15–25. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554>

Notoatmodjo, S.(2010). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Ilmu.

Nugroho, Anton Priyo. (2017). *The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the slamic banks*. *Banks and Bank Systems*, Volume 12(3), 35–47.

OJK. (2016). *UNTUK KEDJAJAAN BANGSA* Perbankan Syariah. Www.Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>

OJK. (2017). *UNTUK KEDJAJAAN BANGSA* Perbankan Syariah. Www.Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>

Peter and Olson.2013. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Jakarta: Salemba Empat.

- Piotrowska, M. (2019). The importance of personality characteristics and behavioral constraints for retirement saving. *Economic Analysis and Policy*, 64, 194–220. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2019.09.001>
- Utami, Wahyu, Dkk. (2015) *Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah ( Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin )*. *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol 3: 79–90.
- Hatmawan, Aglis Andhita. (2017). *Pengaruh pendapatan dan suku bunga konvensional pada perilaku menabung nasabah bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi*. 314–321.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku I edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat
- Setyo Budi T, Dkk. (2016). *The Efficacy of the Model of Goal Directed Behavior in Explaining Islamic Bank Saving*.
- Shaleh, Abdur Rachman. 2003. *Didaktif pendidikan agama*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Sukanto Mm. 1985. *Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. Jakarta: Integritas Press.
- Sukmadinata, N (2010) *Metode Penelitian Pendidikan*, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sukirno. Sadono. 2006. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Kencana Prenada Media Group.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suparmoko, 1990. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Edisi Pertama BPFE Yogyakarta.
- Nugroho, Anton Priyo. (2017). *The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the slamic banks*. *Banks and Bank Systems*, Volume 12(3), 35–47.
- Tulak Tandirerung Yunus, Dkk. (2019). *Jurnal Eksis ISSN : 0216-6437 ISSN 2722-9327 ( online ) Terhadap Corporate Social Responsibility Jurnal Eksis*. 15(1), 68–81.
- Wahyulkarima, A. (2018). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 51. <https://doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap

Keputusan Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>

Zahid, S. (2018). *Impact of Macroeconomic Factors on the Growth of Islamic Banking: A Case of Pakistan*. 3(2), 37–50. <https://doi.org/10.20547/jfer1803203>

