

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality, dan Behaviour*. Chicago: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd Edition.). New York: Open University Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Aryska, M. (2017). Pengaruh reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(1), 1–15.
- Ascarya. (2007). *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada.
- Asnawi. (2014). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim dan Non Muslim untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Badruzaman, D. (2019). Implementasi Hukum Ekonomi Syari'ah pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 1(2), 129–144.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. (2020). *Kota Padang Dalam Angka 2020*. Padang: BPS Kota Padang.
- BPS. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. www.bps.go.id.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Buchari, A. (2001). *Kewirausahaan*. Bandung: Bima Cipta.
- Darmawan, A., & Suyoto. (2017). Analysis Of Factors Affecting The Non Muslim Become Customers Islamic Banks In Purwokerto. *International Conference the Community Development in ASEAN*, 28–37.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: MA: Addison-Wesley.
- Ghazali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik, dan Aplikasi*

SmartPLS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.

Hadiyati, P., & Fatkhurozi, D. (2018). Pengaruh Promosi, Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Non Muslim Berbank Syariah. *Perbanas Review*, 3(2), 34–50.

Hair, J. F., Black, Wc, Babin, Bj, & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*, 7.

Hair, Joseph F. (1995). *Multivariate Data Analysis With Reading* (4th Editio.). New Jersey: Prentice Hall College.

Handoko. (2013). *Manajemen* (Edisi Ke2.). Yogyakarta: BPFYogyakarta.

Hariyana, N. B., & Arsyianti, L. D. (2019). Non-Muslim Customer Preferences towards Islamic Banks in Semarang. *Al-Muzara'ah*, 7(1), 61–74.

Indriastuti, H., & Anwar, A. (2018). Effect of Sharia Product Attributes and Insaniyyah Promotion that is Conducted By Sharia Bank Toward Non-Muslims' Decision to Become a Customer. *KnE Social Sciences*, 3(10), 1067–1075.

Irvani, A. (2016). Inggris Sebagai Sentral Keuangan Islam Di Barat. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 1(1), 120–143.

Jogiyanto, H. (2014). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi Ke-6.). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Karim, A. A. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2005). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Graya Grafindo Persada.

Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Khasanah, Y., & Gunawan, A. I. (2014). PENGARUH SISTEM BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA CIREBON. *Journal of the Mining Institute of Japan*, 81(922), 235–236.
- Khoiri, & Hendri, J. (2017). Mengukur Kerentanan Perbankan Syariah Di Tengah Dinamika Krisis Perekonomian Global (Studi Bank Muamalat Indonesia). *AKADEMIKA*, XIII, 68–78.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid I.). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Ke 2.). Jakarta: Salemba Empat.
- Machmudah, R. (2009). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH. *FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO*.
- Mallawa, A. F. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BRI Syariah dan BNI Syariah Mikro Kota Palopo). *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 3(2), 1–20.
- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2015). PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(02), 75–87.
- Marlina, L., & Rosdiana, G. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya. *Eqien: Jurnal*

Ekonomi dan Bisnis, 7(1), 33–40.

Mawaddah, S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banda Aceh. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri AR-RANIRY*.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Edisi Keli.). Jakarta: Erlangga.

Nofinawati. (2015). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, 14(2).

Noor, M. (2017). Nasabah Non Muslim Menggunakan Jasa Pembiayaan Perbankan Syari'Ah Di Kota Pontianak. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak*.

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

Radiansyah, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah(Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar). *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 204–227.

Rasyid, M. M. (2016). Islam Rahmatan Lil Alamin Perspektif Kh. Hasyim Muzadi. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 11(1), 93–116.

Riza, A., Hakim, L., & Eliana. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 5(1), 19.

Rosanti, N. (2019). Factors Affecting The Decision Of Non Muslims To Become Customers Of Islamic Banks In Makassar. *Business and Entrepreneurial Review*, 19(2), 91.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (7th Editio.). Jakarta: PT. Indeks.

Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 4.). Jakarta: Salemba

Empat.

Sindonews.com. (2020, 29 Desember). Naik, Tapi Pertumbuhan Perbankan Syariah Dinilai Belum Optimal. Diakses Pada 18 Januari 2021, dari <https://ekbis.sindonews.com/read/283894/naik-tapi-pertumbuhan-perbankan-syariah-dinilai-belum-optimal-1609233176>

Solikhin, A., & Lubis, T. A. (2019). *Kinerja Perusahaan “Tinjauan Reputasi Perusahaan dan CSR.”* Jambi: Salim Media Indonesia.

Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. (Deepublish, Ed.). Yogyakarta.

Sudjana, D. (1993). *Metoda dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Nusantra Press.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suta, I. P. G. A. (2006). *Kinerja Pasar Perusahaan Publik di Indonesia: suatu analisis reputasi perusahaan*. Yayasan Sad Satria Bhakti.

Syafrina, N., & Manik, S. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menabung Di Pt. Bank Syariah Mandiri. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(1), 59–70.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (Edisi Pert.). Yogyakarta: Andi Ofset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi Ket.). Yogyakarta: Andi Ofset.

Viranti, F. A., & Ginanjar, A. (2015). Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 35–60.

Widowati, A. S. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN, REPUTASI BANK, DAN PERSEPSI NASABAH MENGENAI SUKU BUNGA SIMPANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG NASABAH. *JURNAL NOMINAL*, VII(2).

- Wijaya, R. M. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERTRANSAKSI MASYARAKAT NON MUSLIM DI BANK SYARIAH. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Alam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Wijayaningratri, C. S., & Budiyanto. (2015). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(4), 1–17.
- Wulandari, A., & Rasipan. (2017). Peran Reputasi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 14(2), 121–132.
- Yahya, M., & Agunggunanto, E. Y. (2011). Teori Bagi Hasil (Profit and Loss Sharing) Dan Perbankan Syariah Dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1).
- Yakin, I. A. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Muslim Dan Non Muslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. *TSARWAH (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 1(No. 2), 99–110.
- Yupitri, E., & Sari, R. L. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(1), 14867.
- Zainal, K. H. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Pada Bank Kalbar Syariah Cabang Pontianak. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*.

