

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2018. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Bayumedia Publis.
- Arifin, Khotimah. 2014. Pengaruh produk, pelayanan, promosi dan lokasi Terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah di Surakarta. *Jurnal Akuntansi FEB UMS*. ISBN: 978-602-70429-2-6.
- Badan Pusat Statistik. 2019. <https://www.banyumaskab.bps.go.id>. (Diakses 14 November 2019)
- Desiana, Susilowati, dkk. 2018. Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Untuk menggunakan jasa perbankan syariah di kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vol. 11. No 1. ISSN : 1979-858X.
- Dimensi Kualitas jasa layanan. 2018. <https://www.dimensikualitas-jasa.com> (diakses 10 Oktober 2019)
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS Update PLS regresi*. Semarang : Badan peneliti universitas Diponegoro
- Hakim, Idris. 2017. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan Konsumen serta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal of Management Diponegoro*. Vol.6 No 1. ISSN: 2337-3792.
- Handayani, Darwini, dkk. 2018. Pengaruh religiusitas terhadap perilaku memilih Bank syariah melalui kepercayaan merek. *Jurnal Ilmu Managemen dan Bisnis*. Vol. 6 No 2. ISSN: 0853-9571.
- Inayatillah. 2018. Faktor determinasi nasabah dalam pemilihan bank syariah di Aceh tengah. *Jurnal Ekonomi Indonesia*. Vol. 11 No. 2. ISSN :2338-4123.
- Kompasiana. 2019. [https:// www.kompasiana.com](https://www.kompasiana.com) / (Diakses 25 September 2019)
- Kotler, P dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muhamad. 2016. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STI YKPN.

- Mursid, Suhartono. 2014. Faktor determinan nasabah terhadap perilaku memilih Bank syariah. *Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 5 No. 1. ISSN: 2086-0668.*
- Otoritas Jasa Keuangan. 2019. <https://www.ojk.go.id> /(Diakses 25 September 2019)
- Parinam, Muhamad. 2019. Pengaruh religiusitas, sertifikat halal terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Akuntansi. Vol. 8 No 2. 2019.*
- Putra, Aditya. 2017. *Analisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan motif rasional terhadap keputusan menggunakan bank syariah.* Manajemen. Fakultas ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis Kontemporer.* Bandung: ALFABETA.
- Rahayu, Davik. 2017. Pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen. *Jurnal Strategi Pemasaran. Vol. 9 No. 2.*
- Saleha, Amalia. 2018. Pengaruh kualitas informasi, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara daring. *Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 4 No. 1 2018.*
- Saputra, Kusumaningtyas, dkk. 2017. Identifikasi faktor penentu keputusan Konsumen dalam memilih produk perbankan. *Jurnal Sitem informasi. Vol. 10 No. 1. 2017. ISSN: 1979-0767.*
- Subagyo, Wutsqo. 2018. Faktor –faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Dalam memilih bank syariah mandiri. *Jurnal Economicus. Vol.9 No. 1. ISSN: 2615-8078.*
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D.* Bandung :ALFABETA.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Baru
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan.* Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Suliyanto. 2018. *Metode penelitian bisnis.* Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Suryani, Brian. 2018. Analisis Faktor-faktor keputusan pembelian, *Jurnal Ekonomi. Vol. 7 No. 4.*

- Suryani, Titik. 2017. *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Surabaya: Prenadamedia Grup.
- Shahrinaz, Kusuma, dkk. 2017. *Determinant of customer's preference in selecting Islamic banks*. **Jurnal international of advanced and applied sciencess. Vol. 4 No. 3.**
- Usman, Hardius. 2015. The role of religious norms on selecting the Islamic bank. *Jurnal Al-Iqtishad. Vol 2 No. 1. ISSN :2087-135X.*
- Yulianti, Sragen, Rifani. 2016. Pengaruh nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di banjarmasin. *Jurnal wawasan manajemen Vol.4 No. 2. ISSN: 2085-3696.*
- Yulianti. 2015. pengaruh minat masyarakat aceh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah. *Jurnal dinamika akuntansi dan bisnis. Vol. 2 No 1. 2355-0791.*
- Wahyuni. 2017. Pengaruh persepsi kualitas layanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. *Jurnal al-tawwasuh. Vol.11. No. 2.*
- Wikipedia. <https://id.m.wikipedia.purwokerto.co.id> diakses 25 September 2019.
- Zahri, Harasnudin. 2018. Religiusitas, sikap konsumen terhadap pemilihan bank syariah. *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Manajemen. Vol. 1 No 1.*
- Zuhirsyan, Nurlinda. 2018. pengaruh Religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih bank syariah. *Jurnal al-amwal Vol. 10 No. 1.*

<https://www.banyumaskab.bps.go.id>
<https://www.dimensi>
www.kompasiana.com
<https://id.m.wikipedia.purwokerto.co.id>