

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, A. (2014). *Skripsi: Pengaruh Penegetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bondowoso*. Jember: Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.
- Achmadi, C. N. (2007). *Metodologi Penelitian: Memberikan Bekal Teoritis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah Yang Benar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Chotimah, C. (2014). *Skripsi: Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Suarakarta*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dister, N. (1998). *Psikologi Agama*. Yogyakarta: Kanisius.
- Fandy, T. (2000). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fatmawati, D. (2015). *Skripsi: Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP Wahid Hasyim Di Sleman*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hurriyati, R. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Jalaludin. (1996). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jannah, B. P. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Karim, A. (2008). *Ekonomi Makro Islami, Edisi 1-2*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank. Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media.
- Kertamukti, B. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kertamukti, R. (2015). *Startegi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kotler, P. (1990). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan & Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Alih Bahasa, H. T. (2002 (Ed.Koran)). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Masruroh, A. (2015). *Skripsi: Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahaiswa Stain Salatiga)*. STAIN Salatiga.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muchtaram, F. N. (2002). *Mengembangkan Kreativitas Dalam Prespektif Psikologi Islami*. Yogyakarta: Menara Kudus Jogjakarta.
- Muhamad, S. A.-E. (2002). *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muhammad. (2008). *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad, M. S.-E. (2002). *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan Dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muslich. (2007). *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah Dan Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Pranata, M. R. (2011). *Skripsi: Penegaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan*. Medan: Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara.
- Purwanto, A. (2015). *Pengaruh Citra Lembaga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BPD DIY Syariah*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, F. (2009). *Startegi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ristiyanti Prasetijo, J. J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suprayitno, E. (2005). *Ekonomi Islam (Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Uyun, K. (2012). *Skripsi: Pengaruh Produk Syariah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syariah Cabang Semarang*. Semarang: Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Tidak Dipublikasikan.
- Widyatama, R. (2009). *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wiyono, T. A.-E. (2006). *Prospek Bank Syariah Pasca Fatwa Mui*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Yogiarto, A. H. (2015). *Skripsi: Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yuliawan, E. (April 2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Volume 1 No 1.

#### **WEBSITE**

- <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>  
akses tgl 15/3/2016 jam 20.46
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan>  
Akses Tgl 15/3/2016 Jam 20.45
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Promosi\\_%28pemasaran%29](https://id.wikipedia.org/wiki/Promosi_%28pemasaran%29)  
Akses 15/3/2016 Jam 20.52
- <http://www.pengertianahli.com/2014/04/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html>  
Akses Tgl 15/3/2016 Jam 21.14
- <http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2015/09/pengertian-dan-tujuan-promosi-menurut.html>  
Akses Tgl 15/3/2016 Jam 21.17
- <http://visit-kerinci.blogspot.co.id/2010/01/tingkat-pendapatan-masyarakat.html>  
Akses Tgl 15/3/ 2016 Jam 20.58
- <http://pemudaumat.blogspot.co.id/2014/03/religiusitas-pengertian-dan-aspek.html>  
akses tanggal 1/4/2016 jam 20:30
- <http://business-law.binus.ac.id/2015/06/02/hukum-perbankan-syariah-di-indonesia/>