

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fatah, R. H., & Setyadi, S. (2016). Kinerja Manajerial dan Persepsi Nasabah Terhadap Perbankan Syariah Di Jawa Barat. *Al-Tijary*, 109.
- Aisyah, S., Hadiwidjojo, D., & Sudiro, A. (2014). Relationship Between Shariah Principles Adherence, Corporate Social Responsibility, Trust and Customer Loyalty: Theoretical Study at Indonesia BMT. *International Journal of Business and Management Invention*.
- Al Hosani, M. M. (2015). *Concept of Motivation In Islam*. Wales: University of Wales Trinity Saint David.
- Algaoud, L. M., & Lewis, M. K. (2001). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Arwani, M. (2012). *An Analysis Of Marketing Mix Factor, Individual Factor And Environment Factor Which Effected In Selecting Islamic Bank*. Kudus: Universitas Muria .
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Badan Kepegawaian Daerah, D. (2017). Yogyakarta: Badan Kepegawaia Daerah DIY.
- Beik, I. S., & Hapsari, F. T. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 85.
- BI. (2000). *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa*. Jakarta: Bank Indonesia.
- bkd.jogyaprov.go.id. (2016). Retrieved from bkd.jogyaprov.go.id.
- bps.go.id. (n.d.).
- Calista, I. G., & Suparna, G. (2015). Pengaruh Motivasi Rasional, Motivasi Emosional dan Harga Diri Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Mahasiswa Universitas Udayana Dimoderasi Oleh Gender. *E-Jornal Manajemen Unud*, 1324.
- Daniar, A. (2012). Persepsi dan Motif Menjadi Nasabah Bank Konvensional Bagi Nasabah Muslim. *Jurnal Motif BK*, 12.

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hanik, S. U., & Handayani, J. (2014). Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri ). *JABPI*, 201.
- Hanna, Nesim, & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior An Applied Approach*. New Jersey: Pratince Hall.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasan, C. L. (2008). Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry. *JKAU: Islamic Econ*, 21, 39.
- Iqbal. (2016). *Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan BRI Syariah di LAMPUNG*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Iska, S. (2008). *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Ivancevich, J. M., Konospaske, R., & Matteson, T. M. (2005). *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Houston: McGraw-Hill.
- Judono, B. (2012). *Pengaruh Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah dan Religiusitas Petani Terhadap Sikap Petani Dalam Memilih Bank Syariah*. Jember: Universitas Jember.
- Junaidi. (2015). Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo). *Jurnal Fokus Bisnis*, 10.
- Kadir. (2010). *Statistika Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Rosemata Samporna.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemene pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan tesis*. Jakarta: PPM.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- MarsIndonesia.com. (2016). Retrieved from MarsIndonesia.com.
- Muti'ah, N. (2015). *Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Jasa Perbankan Syariah*. Jakarta: UIN Syarif Hiidayatullah.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Nisfianoor, M. (2009). *Pendekatan Statistik Modern*. Jakarta: Salemba Humanika.
- OJK. (2017). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: OJK.
- Partino, & Idrus, M. (2010). *Statistik Inferensial*. Yogyakarta: Safiria Insane Press.
- Pasrizal, H., & Nimran, U. (2012). Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha Terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 720.
- Poerwadarminta, W. (1986). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai pustaka.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Priyanto, D. (2006). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rivai, V., & Buchari, A. (2009). *Islamic Economics (Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosda, A. Y. (2015). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi, Komitmen, dan Penangan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank BNI Syariah Cabang Sudirman Pekanbaru*. Riau: UIN Syarif Kasim.
- Saleh, A. R. (2008). *Psikologi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, I. (2003). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Pustaka Tarbiatuna.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1999). *Perilaku konsumen*. New Jersey: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sigit, S. (2003). *Esensi Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: BPFE UST.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarsono, H. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2012). Pendidikan, Pendapatan dan Motivasi Menjadi Nasabah. *JPPI*, 94.

- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B., & Handoko, H. (1988). *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Utami, W., Sangen, M., & Rachman, M. Y. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 85.
- Utomo, T. P. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang).
- Wahyudi, S., Niswatin, & Monoarfa, V. (2015). Motivasi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Syariah Pada Bmt Tinel Sejahtera: Sebuah Studi Fenomenologi. 14-15.
- Yasri. (2012). Analisis Faktor Penentu Menjadi Nasabah Bank Syariah (Perbandingan Segmen Bpr Syariah Dan Bank Umum/Unit Usaha Syariah Di Sumatera Barat). *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* , 41.
- Yupitri, E., & Sari, R. L. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.
- Yusa, V. D. (2015). Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Di Bandar Lampung. *Derivatif*, 95.
- Zuriah, N. (2006). *Metodologi Pendidikan dan Sosial* . Jakarta: Bumi Aksara.