

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.397>
- Aji, D., Setyawati, S., & Rahab, R. (2020). Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 78–79.
- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11)Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1, 1(1), 37–50.
- Amiruddin, K., Paly, M. B., & Abdullah, M. W. (2023). Customer Loyalty Islamic Banks in Indonesia: Service Quality Which Mediated By Satisfaction and Customer Trust. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 1–23. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1286>
- Andesra, Y. (2016). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(2), 138–150. <https://doi.org/10.31846/jae.v4i2.157>
- Andriani1, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>
- Aziz, N., & Hendrasyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Basrowi, Ali, J., Suryanto, T., & Utami, P. (2023). *ISLAMIC BANKING LOYALTY IN INDONESIA : THE ROLE BRAND IMAGE , PROMOTION , AND TRUST*. 12(1), 75–102. <https://doi.org/10.22373/share.v12i1.15338>
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278–302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>
- Damayanti, S., & Rosyidah, N. (2022). *PENGARUH MEDIA PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH*. 3(1).
- Fauzi, A. A., & Suryani, T. (2019). Measuring the effects of service quality by using CARTER model towards customer satisfaction, trust and loyalty in Indonesian Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 269–289.

<https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0048>

- Fauzi, R., Saputra, A., & Ningrum, I. (2022). *The Effect of Religiosity , Profit and Loss Sharing , and Promotion On Consumer Intention To Financing in Islamic Bank Toward Trust As An Intervening Variable*. 8(May 2021), 274–287.
- Febrilla, S. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PROMOSI PENJUALAN*. 8(1), 56–62.
- Ferdinand. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, edisi kedua*. UNDIP.
- Ferdinand, A. (2011). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlambang, R. T., & MM, D. S. H. (2020). Analysis Price, Perception of Quality, and Promotion with Intervening Brand Trust Toward Purchase Intention Honda Vario 150CC (Case Study at PT Wahana Makmur Sejati). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(8), 1276–1284. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20aug678>
- Hikmah, M. (2017). Tingkat Ketertarikan Masyarakat Muslim Terhadap Bank Syariah Di Yogyakarta, Indonesia. *Seminar Forum Ilmiah Keuangan Negara*, 4(1), 1. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/hukumislam/article/view/2678>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. PT Refika Aditama.
- Kholis, F., Rusydi, M., & Maulana, C. Z. (2021). *Pengaruh Syariah Compliance dan Service Quality terhadap Minat Pengusaha Mikro menjadi Nasabah Bank Umum Syariah dengan Trust sebagai Variabel Intervening di Palembang*. 10(2).
- Malik, A., Syahrizal, A., & Anisah. (2021). *KCP SINGKUT PADA MASYARAKAT DESA PELAWAN JAYA The effect of promotion , knowledge and trust on interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Singkut in Pelawan Jaya village community*. 1(1), 28–43.
- Mawardi. (2018). *Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang*. 43–52.
- Nawawi, Z., Supriadi, Azizah, Wadjdi, F., Har, M. S., Sadikin, A., & Syaeful, W. (2019). the Influence of Mandiri Sharia Bank Savings Promotion on Interest Saving People of Palembang City. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 88(4), 178–183. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-04.23>
- Nengsih, T., Hamzah, M., & Anisah. (2021). Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 28–39.
- Nurlaela, L. W. (2018). *Metodologi Penelitian Terapan Aplikasi SPSS, EVIEWS, Smart PLS dan AMOS*. CV. PUTAKA AMRI.
- Nurudin, & Ulwiya, H. (2021). *MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA ( STUDI KASUS DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG SEMARANG )*. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.1504/ijkms.2020.105073>
- Pramana, I. G., & Rastini, N. M. (2016). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH DAN LOYALITAS NASABAH*

- BANK MANDIRI CABANG VETERAN DENPASAR BALI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 706–733.
- Putra, S. (2019). ANALISA PERAMALAN PENJUALAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. CAKRA ANUGERAH ARTA ALUMINDO MEDAN. *JUMANSI STINDO*, 1(3), 1–19.
- Rifa'i, M. A., Marfudin, M., Jasman, J., & Mastur, M. (2023). the Influence of Service Quality on the Interest of Sharia Cooperative Partners Mediated By Satisfaction. *Jurnal Istiqro*, 9(1), 28–43. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i1.1490>
- Sari, D., Maksum, I., Abdani, F., Khan, R., & Retnasih, N. R. (2023). *DETERMINANT OF CONSUMER DECISION ON ISLAMIC BANKING*. 11(1), 115–135.
- Sari, R. M. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Lokasi terhadap keputusan pembelian di 212 Mart Banjarmasin. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 07(2004), 6–25.
- Sembada, I. V., Bustam, & Hotimah, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh Kepercayaan (The Influence of Promotions and Testimonials on Purchase Intention of Lyfira Hijab Products is Mediated by trust). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(1), 22. <http://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekomabis/article/view/276>
- Setiowati, R., Imtikhanah, S., & Susanti, L. (n.d.). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA LIVE THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, SALES PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE INTENTION WITH TRUST AS AN INTERVENING VARIABLE*.
- Simbolon, L. R., & Soemitra, A. (2022). Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Sharia Banks: Study Of Literature And Perspectives Of Post-Baged Students In Sharia Economy. ... *Journal of Cultural and Social Science*, 3(2), 96–102.
- Singih, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Wahyuni, S. (2017). *PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH. II(2)*.
- Wairooy, M. A. (2021). Pengaruh Mutu Tabungan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar Makassar. *Movere Journal*, 3(2), 12–24. <https://doi.org/10.53654/mv.v3i2.183>
- Yanti, R. P. (2023). *PENGARUH PROMOSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP JAMBI SUNGAI BAHAR*. 2(1).