

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2021). MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH MELALUI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEPERCAYAAN (SURVEY PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG SAROLANGUN). 2(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1>
- Alfani, H., & Rifa, &. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM RIAU TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(1).
- Apriliana, S. (2022). 1246-Article Text-4781-1-10-20221127.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS HONDA TANGERANG. In *Penelitian Ilmu Manajemen* (Vol. 2, Issue 2). <https://bmspeed7.com>
- Ekasari, D., Sonya, H., Nur, S., Effendi, I., Mardianto, D., Pratama, Y., Fitri, D., Muhammad Umar, H., Dwi, R., Indria, U., Budi, G., Tarigan, A., Meigawati, I., Andika, R., Tri, K., & Putra, A. E. (2022). MANAJEMEN PEMASARAN JASA (KONSEP DASAR). www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Fadhilatul, O. :, Magister, H., Syariah, E., Ekonomi, F., & Islam, B. (2019). PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG PADA BANK SYARIAH.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. In *SALIMIYA* (Vol. 1, Issue 2). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Akad-PBS.aspx>. (n.d.).
- <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/UU-Regulasi-PBS.aspx>. (n.d.).
- junanda febian, eka wahyu. (2023). *SkripsiJunanda*.

M.aldi fauzi, T. S. devi. (2022). Pengaruh_Pemahaman_Dan_Religiusitas_Terh.

Mega Usvita. (2021). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK NAGARI SYARIAH KCP SEMPANG EMPAT THE INFLEUNCE OF RELIGIUSITY AND CUSTOMER TRUST ON SAVING DECISIONS IN BANK NAGARI SYARIAH KCP SEMPANG EMPAT Mega Usvita. Jurnal Apresiasi Ekonomi, 9(1), 47–53.

Nur,) R, Setiawan, B., Cs, M., & Danang, D. (2022). MANAJEMEN PEMASARAN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA.

Sari, D. C., & Marlien, R. A. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Cabang Semarang). <https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah>

Siregar, A. I. (2023). Model Keputusan Pembelian Online Pasca Pandemi Covid-19 melalui Digital Marketing yang Dimediasi oleh Kepercayaan (Studi pada Masyarakat Kota Jambi). Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 23(2), 2474. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3937>

Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. WINTER JOURNAL, 1(1).

Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi Pratiwie Nirmala Dewi, P., Hendriyani, C., Ramdhani, R. M., Ekstensi, P. S., -STIA Bagasasi, A., & Bagasasi, S. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P. In Jurnal Industri dan Perkotaan (Vol. 17).

Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah, 10(1), 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>