

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, C., Norman, P., & Conner, M. (2013). *The psychology of emotions*. Oxford University Press.
- Agustin, H. (2021). Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional. *Repository.uinsuska.ac.id*. <https://repository.uinsuska.ac.id/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Amir, T. (2014). *Merancang kuesioner*. Kencana Prenada Media Group.
- Anggelina, V., & Japarianto, E. (2014). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 1–15.
- Arifin, Z. (2015). *Dasar-dasar penelitian kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Azwar, S. (2010). *Sikap manusia: Teori dan pengukurannya* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Sikap manusia: Teori dan pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Damiati, D., et al. (2017). Sikap konsumen terhadap perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 36–51.
- Databoks.katadata.co.id*. (2021). Jumlah populasi Muslim di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

GIEI. (2020). *Global Islamic Economy Index Report 2020*.

Istiaji, J., Leksono, M. E. G., & Widyaningsih, M. (2022). Aplikasi *theory of planned behavior* terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan *easy wadiah bank syariah* Indonesia. *Rizquna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 1(2), 39–52.

Jiwamudaindo. (n.d.). *Development of the Indonesian Global Islamic Economic Index: Trends and Challenges*.

Kadafi, M., & Senggarang, A. (2013). Pengaruh pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 201–215.

Khasanah, R. (2025). *Pemanfaatan gadget dalam meningkatkan minat membaca dan menulis pada peserta didik kelas V SD Negeri 2 Keniten Kecamatan Ponorogo tahun ajaran 2024/2025* [Skripsi, Universitas PGRI Madiun].

Khumairah, N. (2021). *Penilaian masyarakat tentang lembaga keuangan syari'ah*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Marketing: An introduction* (4th ed.). Prentice-Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13th ed.). Pearson Education.

Kusnandar, V. B. (2022). Sebanyak 86,93% penduduk Indonesia beragama Islam pada 31 Desember 2021. *Databoks.katadata.co.id*.
<https://databoks.katadata.co.id>

Kusnadi, F. N. (2021). Hubungan tingkat pengetahuan tentang anemia dengan

kejadian anemia pada remaja putri. *Jurnal Medika Hutama*, 3(1), 402–406.

Lahardo, D., & Indriyani, O. (2022). Upaya peningkatan pengetahuan tentang penerapan prinsip 5 benar pemberian obat pada pengasuh lansia dalam pendistribusian sediaan farmasi di Panti Pengesti Lawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 263–267.

Marimin, A., et al. (2010). *Perkembangan perbankan syariah di Indonesia*.

Mas'ud, F. (2012). *Survai diagnosis organisasi: Konsep dan aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Mawar, A. (2018). *Pengaruh minat dan motivasi terhadap prestasi belajar*. Erlangga.

Mawar, I. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa bekerja di perbankan syariah. *Energies*, 6(1), 1–8.

Mazocchi, M. (2008). *Statistics for applied economics and business*. McGraw-Hill.

Meilani, et al. (2017). Minat belajar dan motivasi siswa. *Jurnal Pendidikan*, 8(1), 1–10.

Muhammad Djumhana, S. (2020). *Kualitas pelayanan bank syariah*.

Muninir, M. (2014). *Psikologi sikap*. Erlangga.

Nasional, T. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.

Nuraini, E. T., et al. (2020). *Praktik perbankan syariah*.

Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Mitra Wacana Media.

Pradnyana, G. A. P., & Sukawati, T. G. R. (2016). Peran sikap dalam memediasi

- pengaruh norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 5467–5496.
- Rahmani, N., & Asnita, T. (2020). Pendidikan dan keinginan menggunakan bank syariah.
- Rakhmah, A. N., & Wahyuni, S. (2016). Pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat menabung. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 1–15.
- Ramadhan, F., Ndraha, P. B. H., & ... (2024). Peran Bank Indonesia dalam menjaga stabilitas ekonomi, keuangan dan moneter berdasarkan prinsip syariah. *Jurnal Inovasi dan ...*, 2(1), 194–205.
- Rawashdeh, M. (2015). The impact of perceived service quality on Jordanian customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 201–215.
- Reni, & Ahmad, M. (2016). Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat beli. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 130–145.
- Rinuastuti, B. H., et al. (2018). *Kebahagiaan dunia akhirat*.
- Rosyid, A., & Saidiah, S. (2016). Pengaruh pengetahuan terhadap minat berinvestasi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2(2), 101–115.
- Sanjaya, W. (2007). *Strategi pembelajaran berorientasi standar proses pendidikan*. Kencana Prenada Media Group.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Setyaningsih, S. (2017). *Agama dan perilaku konsumen*.

- Sirait, M. (2016). *Psikologi pendidikan*. Grasindo.
- Siti Mutia, F. (2013). *Persepsi masyarakat dan mahasiswa terhadap perbankan syariah*.
- Slameto. (2003). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Solihat, M. M., Hakim, A., & Setiawati, S. (2016). Peran produk dalam pemasaran bank syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 55–70.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (10th ed.). Pearson Education.
- Sri Kurnialis, Zahrotul Uliya, Fitriani, Miftahul Aulasiska, & Muhammad Syahrul Nizam. (2022). Perkembangan perbankan syariah di negara Muslim. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 109–119. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9688](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9688)
- Suprapti, M. N. (2010). *Perilaku konsumen: Pemahaman dasar dan aplikasinya dalam strategi pemasaran*. Graha Ilmu.
- Sumarno, S., Nawawi, R., & Saeki, J. (2021). Pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat untuk memilih produk bank syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 75–79.
- Sulistiyowati, S., & Hakim, L. (2021). Pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 150–165.
- Sutoto, S. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*. Raja Grafindo Persada.
- Timotius, K. H. (2018). *Perilaku konsumen*. Andi Offset.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Widhyatmika, I. M. G., Werastuti, D. N. S., & Sujana, E. (2023). Pengaruh sikap, norma, persepsi kontrol perilaku, kewajiban moral, dan religiusitas terhadap intensi *whistleblowing*. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, *14*(3), 691–702.

Wilardjo, W. (2005). *Dasar-dasar perbankan syariah*. Pustaka Pelajar.

Zulianti, M. (2012). Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *1*(1), 1–15.

