

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224–231. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Adisasmita, R. (2006). *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan* (Ed.1.cet.1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Akhmad, N. (2021). TOP Digital Awards 2021: Lewat Digitalisasi, BSI Optimistis Masuk Top 5 Bank Syariah Global. Retrieved August 10, 2023, from itworks.id website: <https://www.itworks.id/45739/top-digital-awards-2021-lewat-digitalisasi-bsi-optimistis-masuk-top-5-bank-syariah-global.html>
- Amarullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. Retrieved from <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Aripin, Z., & Padma Negara, M. R. (2021). *Perilaku Bisnis : Etika Bisnis dan Perilaku Konsumen*. Sleman: Deepublish.
- Atmoko, C. (2022). BSI siap pacu perluasan penyaluran KUR Klaster di Indonesia. Retrieved August 13, 2023, from antaranews.com website: <https://www.antaranews.com/berita/3313898/bsi-siap-pacu-perluasan-penyaluran-kur-klaster-di-indonesia>
- Bankbsi.co.id. (2021a). Produk dan Layanan. Retrieved September 11, 2022, from Bankbsi.co.id website: <https://www.bankbsi.co.id/>
- Bankbsi.co.id. (2021b). Sejarah Perusahaan Bank Syariah Indonesia. Retrieved February 25, 2022, from bankbsi.co.id website: <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Bankbsi.co.id. (2022a). Forbes Tempatkan BSI Kedalam Jajaran 5 Bank Terbaik

Indonesia. Retrieved July 18, 2022, from Bankbsi.co.id website:  
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/forbes-tempatkan-bsi-kedalam-jajaran-5-bank-terbaik-indonesia>

Bankbsi.co.id. (2022b). Terus Bertransformasi Digital, BSI Raih Penghargaan Mobile Banking Syariah Terbaik. Retrieved June 13, 2022, from Bankbsi.co.id website:  
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/terus-bertransformasi-digital-bsi-raih-penghargaan-mobile-banking-syariah-terbaik>

Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April), 1–10.

BSI. (2023). *Laporan Tahunan 2022*. Jakarta. Retrieved from  
<https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID.pdf>

Cardia, D. I. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>

Dinar Standard. (2022). State of the Global Islamic Economy Report. *DinarStandard*, 1–204. Retrieved from  
<https://www.salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE22>

Fitriyani, E. (2022). Bank Syariah Indonesia Targetkan 40 Juta Nasabah di 2025. Retrieved August 11, 2023, from KumparanBisnis website:  
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/bank-syariah-indonesia-targetkan-40-juta-nasabah-di-2025-1ytaHFKE1xz/full>

Haryanto, R. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH*. Duta Media Publishing. Retrieved from  
<https://books.google.co.id/books?id=W9AeEAAAQBAJ>

Ikit, Jaya, R. A., & Bayumi, M. R. (2019). *Bank dan Investasi Syariah*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Karim, A., & Hanafia, F. (2021). *Menjaga Konsep Ekonomi Syariah*. Bogor:

Penerbit IPB Press.

Kencana, M. R. B. (2023). Rombak Direksi dan Komisaris BSI, Erick Thohir: Reputasi BSI Harus Dijaga dengan Baik. Retrieved June 13, 2023, from Liputan6.com website:

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5294903/rombak-direksi-dan-komisaris-bsi-erick-thohir-reputasi-bsi-harus-dijaga-dengan-baik>

Keni, W. D. D. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 102–109. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4933>

Kennington, C., Hill, J., & Rakowska, A. (1996). Consumer selection criteria for banks in Poland. *International Journal of Bank Marketing*, 14(4), 12–21. <https://doi.org/10.1108/02652329610119283>

Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., ... others. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rhbmDwAAQBAJ>

Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>

Marthon, S. S. (2007). *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim.

Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.

Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah*. 4(1), 81–97.

- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Riza, A., Hakim, L., & Eliana, E. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>
- Saniyatun, F. B., & Yusqi, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat KCP Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 2(2).
- Shaikh, S. (2014). Analysis of challenges and opportunities in Islamic banking. *International Journal of Financial Services Management*, 7, 286–300. <https://doi.org/10.1504/IJFSM.2014.065581>
- Silviani, I. (2020). *KOMUNIKASI ORGANISASI*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=4DTeDwAAQBAJ>
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rKmRDwAAQBAJ>
- Suryawardana, E., & Yani, T. E. (2017). Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(2), 258. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i2.490>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas

layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.

Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.1-17>

Wiyono, W. (2016). Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumh Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Cakrawala Hukum*, XII(01), 65–73.

World Population Review. (2022). Muslim Majority Countries 2022. Retrieved March 24, 2022, from [worldpopulationreview.com](https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-majority-countries) website: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-majority-countries>

Yulandra, S. T., & Haryati, R. (2020). Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market Di Lubuk Basung Kabupaten Agam. *Matua Jurnal*, 2(4), 295–306. Retrieved from <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/221>

Yusnita, M. (2010). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: ALPRIN.