

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemah, (Jakarta: PT.Karya Toha Putra, 1999), hal.35
- Adibah, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Lembaga Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu*. 33–35.
- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of Consumer Expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411. <https://doi.org/10.1086/209080>
- Alfhia, R., & Arafah, S. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PRODUK CICIL EMAS DI BANK MANDIRI SYARIAH KCP. MEDAN-MARELAN. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 229–242.
- Arkes, H. R., Joyner, C. A., Pezzo, M. V., Nash, J. G., Siegel-Jacobs, K., & Stone, E. (1994). The Psychology of Windfall Gains. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59(3), 331–347. <https://doi.org/10.1006/obhd.1994.1063>
- Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Raja Grafindo.
- Banomyong, R., Thai, V. V., & Yuen, K. F. (2015). Assessing the National Logistics System of Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(1), 21–58. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2015.03.002>
- Brucks, M. (1985). The Effects of Product Class Knowledge on Information Search Behavior. *Journal of Consumer Research*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.1086/209031>
- Cowley, E., & Mitchell, A. A. (2003). The Moderating Effect of Product Knowledge on the Learning and Organization of Product Information. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 443–454. <https://doi.org/10.1086/378620>
- Davis, M. M., & Heineke, J. (1998). How disconfirmation, perception and actual waiting times impact customer satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1), 64–73.

<https://doi.org/10.1108/09564239810199950>

- Dharmawan, M. A. (2015). *Analisis Fiqh Bank Islam dan Lembaga Keuangan*. PT.Raja Grafindo.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Fathoni, A. (2013). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Rineka Cipta.
- Gilboa, S., Vilnai-Yavetz, I., Mitchell, V., Borges, A., Frimpong, K., & Belhsen, N. (2020). Mall experiences are not universal: The moderating roles of national culture and mall industry age. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102210. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102210>
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen UNSRAT*, 4(1), 128464.
- Heitmann, M., Lehmann, D. R., & Herrmann, A. (2007). Choice Goal Attainment and Decision and Consumption Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 44(2), 234–250. <https://doi.org/10.1509/jmkr.44.2.234>
- Huang, Z., & Bai, P. (2021). Dynamic cooperative promotion in the presence of consumer reference effect with competing retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102441. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102441>
- Khotimah, M. . (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya IB Hasanah di BNI Syariah Cabang Bengkulu*.
- Li, Z., Yang, W., Jin, H. S., & Wang, D. (2021). Omnichannel retailing operations with coupon promotions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102324. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102324>
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di

- Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Marlina, L., Nasrulloh, A. A., & Ginanjar, A. W. (2020). The Effect of Marketing Mix Toward Decisions Become to A Customer BSM Gold Installment Financing Product at Bank Syariah Mandiri Branch Office of Singaparna Tasikmalaya. *Review of Islamic Economics Amd Finance*, 3(1).
<https://doi.org/10.17509/rief.v3i1.25691>
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250.
<https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Maulinda, I. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk PERbankan Syariah dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi*.
- Mujib, A. (2016). Manajemen Strategi Promosi Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 79.
- Ningsih, G., Dayyan, M., & Nurjanah, N. (2019). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI LOGAM MULIA DI PEGADAIAN SYARIAH LANGSA BARAT. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v3i1.1297>
- Notoatmodjo, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Rineka Cipta.
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67–82. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(98\)00047-4](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(98)00047-4)
- Pramudya, F. N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PEMBIAYAAN AR-RUM DI PEGADAIAN SYARIAH (Studi Pada Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung. *Psikologi Perkembangan*, October 2013, 1–224.

- Purba, rosintasn sabrina, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, 5, 228–239.
- Putri, W. F. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Al-Makmur Cubadak*.
- Rao, A. R., & Monroe, K. B. (1988). The Moderating Effect of Prior Knowledge on Cue Utilization in Product Evaluations. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 253. <https://doi.org/10.1086/209162>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM (JIEI)*, 4(2). [https://doi.org/Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah](https://doi.org/Pengaruh%20Pengetahuan,%20Kualitas%20Pelayanan,%20Produk,%20dan%20Religiusitas%20terhadap%20Minat%20Nasabah%20untuk%20Menggunakan%20Produk%20Simpanan%20pada%20Lembaga%20Keuangan%20Mikro%20Syariah)
- Rosyidah, U. (2017). Minat Masyarakat Berinvestasi Emas pada Pegadaian Syari'ah di Lombok. *IAIN Mataram*.
- Sari, R. L., Soegoto, A. S., & Mandey, S. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Alfabeta.
- Tang, F. (2020). The more interactivity the better? Investigating interactivity, task complexity, and product knowledge in online purchase decisions. *Information Technology and Management*, 21(3), 179–189. <https://doi.org/10.1007/s10799-020-00316-2>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- Valentini, N. (2017). KOMUNIKASI PERSUASIF PT. PEGADAIAN (PERSERO) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN EMAS, CABANG PANAM KOTA PEKANBARU

PROVINSI RIAU. *JOM Fisip*, 4(2), 103–111.

Wisnu, A. (2017). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.

Yenti, F. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada PT.BPRS Carana Kiat Andalas Cabang Padang Panjang*.

