

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, W. (2010). Analisis Statistika Multivariat Terapan. *Yogyakarta: UPP STIM YKPN*.
- Agusatria, A., & Tasman, A. (2019). Analisis Faktor Pembentuk Bauran Pemasaran Pada Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Padang. *Jurnal Ecogen, 1(4)*, 925-934.
- Aldi, A. (2012). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta
- Aninisya, R., & Hasituti, M. N. (2012). Security System Layanan internet Banking PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. *Jurnal Sistem Komputer, 2(2)*.
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh usia dan masa kerja terhadap produktivitas kerja (Studi kasus: PT. Oasis Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri, 1(2)*, 68-72.
- Arfah, A., Olilingo, F. Z., Syaifuddin, S., Dahliah, D., Nurmiati, N., & Putra, A. H. P. K. (2020). *Economics during global recession: sharia-economics as a post Covid-19 agenda. The Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 7(11)*, 1077-1085.
- Arham, M. (2010). *Islamic perspectives on marketing. Journal of Islamic Marketing*.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto, . S. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima. Cetakan . Yogyakarta: Gava Media*.
- Djamaris, A. R. (2013). Analisis Faktor Perilaku Konsumen terhadap Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian *Food Consumer Product. Business and Management Review, 2(2)*.
- Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016). *Financial institutions using social media—do consumers perceive value?. international Journal of Bank*

Marketing.

- Drumond, H. (2003). *Metode Penelitian Bisnis. Jilid . Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.*
- Fathoini, M. A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurisdictie*, 9(1), 128-146.P.
- Gajjar, N. B. (2013). *Faktors affecting consumer behavior. nternational Journal of Research n Humainities and Social Sciences*, 1(2), 10-15.
- Ghozali, (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Gomes, Faustiono Cardoso, (2001). *Manajemen Sumberdaya Manusia. Yogyakarta: Andi Offset.*
- Hadi, Syamsul, and Novi Novi. "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *mobile banking*." *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 5.1 (2015): 55-65.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). *Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.*
- Harlyaini, Henny. (2013). *nasabah mengajukan kredit usaha mikro: faktor faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi Nasabah mengajukan Kredit Usaha Mikro pada sahabat UKM-SMF Cabang Samarinda. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.1, No.1.*
- Hashim, N., & Hamzah, M. . (2014). *7Ps: A literaiture Review of Islamic marketing and Contemporary Marketing MIx. Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 155-159.
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, (2006), *Syariah Marketing, Cetakan Ke 3. Jakarta : PT Mizan Pustaka*
- Indraswari, R., Kartika, L., & Septiaini, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Kota Bogor. *Journal of Applied Business and Economic* Vol, 5(2), 141-162.
- Indriyanti, . Y., rianto, H., & Sundari, M. T. (2019). Analisis Faktor Bauran Pemasaran terhadap Pembelian Minuman Kopi Banaran 9 di *Coffee and Tea Colomadu. Agriecobis*, 2(1), 47-57.

- Internet World Stats*. (2012). *internet World Stats: Usage and Population Statistiks*. <http://www.iinternetworldstats.com/stats3.htm>. Diakses tanggal 10 April 2013.
- Kotler P, Keller, Kevin L. (2009) *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas Jilid 1. Jakarta(ID) : PT Erlangga
- Kotler, Philip, Jakarta, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Mileinium, Jilid 3, Penerbit indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler. (2002). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lontoh, T. N., Sepang, J. L., & Ogi, . W. (2019). Analisis Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Ponsel OPPO Seri A7 di OPPO *Store* TC Manado (Studi Kasus Distributor Utama OPPO *Store* TC Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Lovelock, C., Wirtz, J. & Chew, P. (2011). *2nd Edition. Essentials of Services Marketing*. Singapore: Prentice Hall.
- Marlina, A., & Humairah, F. (2018). Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus PT. Bank Tabungan Negara Syariah). *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 6(2), 37-44.
- Marzuki, M., & Nurdin, N. (2020). *The nfluence of halal product expectation, social environment, and fiqih knowledge on ntention to use shariah financial technology products. nternational Journal of nnovation, Creativity and Change*, 13(1), 171-193.
- Mix. International Conference on Business Excellence*, (2001) Vol 10 no 15. Hal 759-769.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan orgainisasi*.
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *End-User Computing Satisfaction (EUCS)*. *Jurnal Teknologi Sistem informasi*, 2(1), 22-37.
- Octaviaini, M., & Rahmawati, S. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Pengambilan Konsumen Mengikuti Pelatihan di Balai Latihan Kerja Kota Bogor. *Jurnal Manajemen*, 19(3), 352-373.

P. Potocinik, . *Grabec / Neurocomputing* 43 (2002)

Pistol, L., & Toinis, R. (2017). The „7Ps” &” 1G” that rule n the digital world the marketing mix. n *Proceedings of the 11th nternational Conference on Business Excellence-Strategy, Complexity and Energy n Changing Times* (Vol. 11, No. 1).

Purwanti, E. (2012). Analisis Faktor-faktor Pengambilan Pembelian Konsumen Pada *Departement Store/Supermarket* di Salatiga. *Among Makarti*, 4(1).

rahmawati, helmi, et al. “Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan.” (2019) NA-Rxiv.

Riduwan & Akdon. (2013). *Rumus Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Kencana.

Santoso, S. (2010). *Statistik multivariat*. Elex Media Komputindo.

Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada statistik non parametrik*.

Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. (2017). *Research Methods for Business. United State of America: John Wiley & Sons*.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Cet I: Bandung:Alfabeta)*.

Suharyono, S. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2).

Supranto, J. (2000). *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik, Edisi 2*, Yogyakarta, CV. Andi offset.

Trim, B. (2008), *Business Wisdom of Muhammad SAW: 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi SAW (Business Wisdom of Muhammad SAW: 40 Business Breakthrough of Prophet SAW)*, Madainia Prima, Bandung.

Vebiana, V. (2018, October). Perbankan Digital, Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah. n *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 9, pp. 747-751).

Wahidmurini, Wahidmurini. (2017). "Pemaparan metode penelitian kualitatif."

Website OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>

Widarjono, A. (2010). Analisis statistika multivariat terapan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 1.1 (2011).

Wilson, J. A. J. (2012), "Looking at Islamic marketing, branding and Muslim consumer behavior beyond the 7P's", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3, pp. 212-216.

Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. (2017). Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 55-76.

