

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, R. (2017). Pengaruh kualitas produk dan periklanan terhadap keputusan pembelian bingkai foto pada toko pasundan gallery lubuklinggau. *Jurnal Media Ekonomi*, 22(1), 1–27.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Bintari, S. P., Budiwibowo, S., & Wijaya, A. L. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan periklanan terhadap keputusan membeli produk “kini bank ditanganku” di agen btpn wow kecamatan padas, kabupaten ngawi. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 5(1), 730–744.
- Dyah Setyaningsih, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Periklanan Melalui Minat Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kartu Kredit Mega Carrefour. *Politeknik Negeri Jakarta*, 375–384.
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa universitas telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 81–94.
- Hakim, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Pada BPR Sejahtera Batam. *Jurnal Dimensi*, 1(1), 1–15.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt . Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado Analysis of Effect of Promotional Strategy , Brand Image and Perception on Decision of Usage Customer Given Customers At Pt . Pegadaian (Persero) Kanwil V. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1808–1817.
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(1), 84–95.
- Nurdiana, N. (2018). Pengaruh Suku Bunga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Terhadap Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 91–107. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1553>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rahmat, A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 350–362. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.256>
- Risti, A. P. E., & Nadjib, M. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek, Dan Nilai Yang Dirasakan Dengan Variabel Intervening Wom Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 99–112. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.894>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba empat.

- Sri Jamarnis, F. S. (2019). Pengaruh Harga dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa STIE “KBP” Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, 1(1).
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di BMT Tulungagung. *Malia*, 8, 1–20.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic.
- Syahriyal. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139–156. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10930>
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11th ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Widowati, ayun sekar. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan , Reputasi Bank , Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, VII(2).
- Yunida, R., Nuryadin, M. T., & Kurniawan, L. D. (2018). Pengaruh Brand Image dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah (Studi Pada Nasabah Produk Kredit Cepat Aman (KCA) PT Pengadaian (Persero) UPC Kuripan Banjarmasin). *Politeknik Negeri Banjarmasin*, 6014, 474–484.
- Yurita, A., Makmur, & Afrizal, A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian. *Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 4(1), 1–10.
- Zuhirsyah, M., & Nurlinda. (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>