

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, A. I., & Mashariono. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7), 1–18.
- Annisa, Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk BNI Syariah Medan. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(1), 15–24.
- Arfandi, R., Sudaryanti, D., & Sari, A. F. K. (2023). Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2018). *Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 351–366.
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>
- Claudy, C. P., & Dharmawan, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk PT. Sayap Mas Utama. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2(5).
- Dora, Y. M., & Sukma, C.-. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Online Shop Ig Mamameramu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(2), 81–91. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i2.10095>
- Febrianti, A., & Utomo, S. B. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 12(6).
- Gunaningrat, R., & Safitri, R. I. (2021). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alfe Toko. *Jurnal HUBISINTEK*, 2(1), 1001–1011.
- Gunawan, R. B. (2021). Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Damn I Love Indonesia. *Humanities, Management and Science Proceedings*, 01(2), 838–850. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Hasibuan, M. (2022). The Effect of Digital Marketing and Product Diversity on Interests and Impact on Student Decisions in Choosing Private Universities in Padangsidimpun City. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <http://ijair.id/index.php/ijair/article/view/699%0Ahttp://ijair.id/index.php/ijair/article/download/699/336>

- Ilahi, G. N., Yusnita, R. T., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Produk Busana Muslim Umkm Kota Tasikmalaya. *Journal Of Indigenous Knowledge*, 2(1), 17–27.
- Irawan, S. A., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(7), 1–16.
- Islam, D., Kurniawan, M. Z., & Masrunik, E. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Gresik. *Ekuivalensi*, 9(1).
- Khasanah, C. I., & Mustofa, N. H. (2022). Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat dan Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–111. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.104.93-111>
- Kuncono, S. (2023). Pengaruh Life Style Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone 11 Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Purna Iswara*, 5(1), 88–102.
- Mindari, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 13(01), 131–146. <https://doi.org/10.35334/jek.v13i01.2423>
- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107–122. <https://doi.org/10.36787/jei.v17i2.1175>
- Mujib, A., & Amin, R. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan layanan transaksi qris pada bsi di surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 841–855.
- Nova, F. (2022). The Influence Of Ambassador's Brand On Brand Image And Their Impact On Buying Interest Of Tokopedia Consumers. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 6(2), 216–226. <https://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/JMIL/article/view/991/0>
- Nurudin, & Ulwiya, H. A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 142–156. <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2020.105073>
- Rahmawati, S., & Muthmainnah. (2023). Efektivitas Promosi Produk Tandamata Simuda Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank BJB Kantor Cabang Soreang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6269–6278.
- Ramadhan, H. I., & Saputra, A. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan

- Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pt Hijrah Insan Karima Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(3), 637–649.
- Rante, N. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Minat Beli Oreo Blackpink di Jakarta Timur. *Jurnal Manajemen Bisnis Antartika*, 1(1), 31–37. <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba/article/view/103/24>
- Ravenia, T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Suasana Toko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Supermarket Kaisar Di Pontianak. *Bisma*, 8(2), 243–254.
- Rozaana, A., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Es Krim Aice Di Kabupaten Karawang. *Manajemen Dewantara*, 7(1), 6–14. <https://doi.org/10.26460/md.v7i1.13465>
- Safitri, E. N., & Mubarak, Z. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2875–2881.
- Salam, F. Y., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank Bri Syariah Kcp Cileungsi. *Paradigma*, 17(1), 38–58. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v17i1.2296>
- Salsabela, I. R., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Kepercayaan , Promosi , dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada Di Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 329–341.
- Sari, P. I., & Siregar, P. A. (2023). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bsi Kcp Bagan Batu Rokan Hilir Riau (Studi Kasus Sma Al-Mujahidin). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(1), 324–331.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). ALFABETA.
- Syahrulsyach, I. M., & Budi, U. S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Pembelian Jasa Fotograafi di Argani Photography Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 12(1).
- Wahyuni, R., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ms Glow Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 3(1), 31–41.
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai

- Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63–75.
<https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>
- Yanti, R. P. (2023). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Jambi Sungai Bahar. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(1).
[http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/14212%0Ahttp://repository.uinjambi.ac.id/14212/1/Skripsi Rima Putri Yanti S.E selesai revisi.pdf](http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/14212%0Ahttp://repository.uinjambi.ac.id/14212/1/Skripsi%20Rima%20Putri%20Yanti%20S.E%20selesai%20revisi.pdf)
- Yesi, R., & Harliana. (2022). Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Syariah Riyal KCP Karang Satria Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 1–11.
- Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada TB ISNA Tulungagung. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(69), 5–24.
<https://www.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/1687>
- Yonathan, V. (2021). Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Prosiding Ekonomi Bisnis*, 1(1), 757–766.