

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemahnya. 2012. Departemen Agama Republik Indonesia.
- Abuznaid, Samir. 2012. Islamic Marketing: Addressing The Muslim Market. An-Najah Univ. J. Res. (Humanities). Vol. 26(6)
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif. Cetakan Pertama. Surabaya: Airlangga University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktek. Jakarta: Gema Insani.
- Arnould, Price dan Zinkhan. 2005. Consumers. New York: McGraw-Hill
- Assael, H. 1992. Consumer Behavior and Marketing Action. New York: PWS-KENT Publishing Company.
- Assael, Henry. 1998. Costumer Behaviour And Marketing Action. Sixth Eddition. Boston Massachusetts: Kent Publishing Co.
- Bank Indonesia, 2014. Kajian Ekonomi Regional Nusa Tenggara Barat Triwulan II, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Nusa Tenggara Barat.
- Bank Indonesia dan Pusat Penelitian dan Kajian Pembangunan Universitas Diponegoro. 2000. Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan DIY. Semarang
- Bungin, M. Burhan. 2006. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Chatzisarantis, N. L. D., & Hagger, M. S. (2005). Mindfulness and the intention-behavior relationship within the theory of planned behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 663-676.
- Danim, Sudarwan. 1995. Transformasi Sumber Daya Manusia. Jakarta: BumiAksara.
- De Mooji, Marieke. 2004. Costumer Behavior and Culture. Consequences for Global Marketing and Advertising. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage Publications
- Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghalandari, K. and Norouzi, A. 2012. The Effect of Country of-Origin on Purchase Intention: The Role of Product Knowledge. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, vol. 4 (9), pp. 116-1171/
- Indrianto dan Supomo. 2011. *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BDFE Yogyakarta.
- Karim, Adiwarmanto A. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Edisi ke Empat. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kartajaya, Herman dan Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Cetakan keempat. Bandung: Mizan Media Utama
- Kerlinger, Alfred N. 2006. *Asas-Asas Penelitian Behavioral (Terjemahan)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip dan Gerry Amstrong. 2004. *Principles of Marketing*. Tenth Edition. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta. PT. Airlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Airlangga
- Kotler, Philip. John Bowen, James Markens. 2002. *Pemasaran perhotelan dan kepariwisataaan*. Edisi 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kraus, Stephen J. 1995. *Attitudes and the Prediction of Behavior: A Meta-Analysis of the Empirical Literature*
- Kuncoro, Mudrajat dan Suharjo. 2002. *Managemen Perbankan Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: BPFE
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Airlangga.
- Kussujaniatun, Sri dan Wisnalmawati. 2011. Pengaruh pengetahuan produk, nilai, dan kualitas yang dipersepsikan terhadap kepuasan penlanggan mobil Toyota. *Jurnal bisnis dan manajemen*. Vol. 5. No. 1. pp. 29-39.

- Lin. N.H and Lin. B.S. 2007. The effect Of brand image and product knowledge on purchase intention moderated by price discount. *Journal of international management studies*.
- Loehlin, J.C. 1998. *Latent Variable Models: An Introduction to Factor, Path, and Structural Analysis*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Loudon, David L. Dan Albert J. Della. 1993. *Costumer Behaviour: Concept and Applications*. Singapore: McGraw Hill Book Company.
- Lupiyando, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori ke Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. 2004. *Marketing research: an applied orientation*, 4th edition, Prentice-Hall International, London.
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Mannulang, M. 2002. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mowen, John C dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga
- Muflih. 2006. *Perilaku Konsumen Muslim Dalam Persfektif Ekonomi Islam*. Edisi pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN.
- Nursalam. 2008. *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pedoman Skripsi, Tesis, Dan Instrumen Penelitian Keperawatan Edisi 2*. Jakarta: Salemba Medika.
- Payne, Adrian. 2001. *The Assense of Service Marketing: Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Peter, J. Paul, and Jerry C. Olson. 2003. *Costumer Behavior and Marketing Strategy*. Sixth Edition. New York: McGraw Hill Inc.
- Pradipta, IB Gede Surya dan Ni Wayan Sri Suprapti. 2013. *Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Niat Calon Pemilih di Kota Denpasar untuk*

- Memilih Partai Demokrat dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* Vol. 7, No. 30 1, Februari 2013
- Rao. Akshay R. and Kent B. Monroe. 1988. The Moderating Effect of Prior Knowledge on Cue Utilization in Product Evaluations. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 15, No. 2. pp. 253-264.
- Ratnasari, Tri Ririn. 2012. *Modul 1: Manajemen Pemasaran Islam*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Kontruksi Bank Syariah Indonesia*, Jakarta: UII Press.
- Ritonga, Jamiludin M. 2004. *Riset Kehumasan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ruslim, Tommy Setiawan dan Richard Andrew. 2012. Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention. Universitas Tarumanegara.
- Schiffman, Leon dan Leslee L. Kanuk. 2004. *Costumer Behavior*. Eight Edition. New Jersey. Pearson Prentice Hall Inc.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research method for business: A skill building approach*. 4th edition. John Wiley & Sons.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Kencana
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif* . Jakarta : Kencana Reksohadiprodjo,
- Siagian, Dergibson dan Sugianto. 2000. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Solimun. 2002. *Multivariate Analisis Structural Equation Modeling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang
- Stanton, Willian. 2006. *Prinsip Pemasaran, Jilid Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: Airlangga.
- Sudarsono, Heri. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonomesia
- Sugiyono. 2000. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2004. Metodologi Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, dkk. 2000. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remadja Karya.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008
- Van Doorn, Jenny and Peter C. Verhoef. 2007. Critical Incidents and the Impact of Satisfaction on Customer Share. Journal of Marketing.
- Wibowo, Edy dan Untung Hendy Widodo, 2005. Mengapa Memilih Bank Syariah, Ghalia Indonesia, Bogor.
- www.banksyariahmandiri.co.id diakses pada tanggal 15 September 2014
- www.bi.go.id diakses pada tanggal 3 Maret 2014
- www.mataramkota.bps.go.id diakses pada tanggal 3 Maret 2014
- www.bankmuamalat.co.id diakses pada tanggal 29 Januari 2015
- www.brisyariah.co.id diakses pada tanggal 29 Januari 2015
- www.bnisyariah.co.id diakses pada tanggal 29 Januari 2015