

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Syed Shah, Rohani Mohd dan Badrul Hisham, 2011, “*Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia?*”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2, No. 1, pp. 83-96, available at: emerald Group Publishing Limited 1759-0833.
- Amawidyati, Sukma A. Galuh dan Muhana Sofiaty Utami, 2016, “Religiusitas dan Psychological *Well-Being* pada Korban Gempa” *Jurnal Psikologi*, Vol. 34, No. 2, hlm. 164-176. <http://www.slideshare.net/zadead/religiusitas-dan-psychological-wellbeing>.
- Ancok, Dajamaludin dan Fuat Suroso. 2005. *Psikologi Islam: Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (edisi revisi), Rineka Cipta, Jakarta.
- Asraf, 2014, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Pasaman Barat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator” *e-jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, hlm. 61-72.
- Assael, Henry, 2002, *Consumer Behavior and Marketing Action*. Edisi Ke Empat, PWS-Kent Publishing Company, Boston.
- <http://www.muhammadiyah.or.id/content-44-det-tentang-muhammadiyah.html>
(diakses pada Minggu, 30 Oktober 2016 pukul 09.00 WIB).
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Khayruzzaman, 2016, “*Impact of Religiosity on Buying Behavior of Financial Product: A Literature Review*”, *International Journal of Finance and Banking Research*, Vol. 2, No. 1, pp. 18-23.
- Kotler, Philip. 2012. *Marketing Management*. Edisi Keempat belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Mokhlis, Safiek, 2008, “*Consumer Religiosity and the Importance of Store Attributes*”, *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, Vol. 4, No. 2, pp. 121-133.
- Mokhlis, Safiek, 2009, “*Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research*”, *International Business Research*, Vol. 2, No. 3, pp. 75-84.

- Nasrullah, Muhammad, 2015, “*Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk*” *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 13, No. 2, pp. 79-87.
- Schiffman dan Kanuk, 2008, *Perilaku Konsumen*, Edisi ke-tujuh. Jakarta: Indeks
- Sekaran. Uma, 2000, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat, Penerjemah: Kwan Men Yon, Salemba Empat, Jakarta.
- Shofwa, Yoiz, 2015, “Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto”, *IAINPurwokerto*, (Laporan Penelitian DIPA STAIN Purwokerto).
- Simmamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Pustaka Utama, Surabaya.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2006, *Metode Penelitian Survei* (Editor), LP3ES, Jakarta
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Umar, Husein, 2003, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT Gramedia Pertama, Jakarta