

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Nur & Masyhuri. Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Malang: UIN-Maliki Press. 2011.
- Aviza, Chitra Dwiratih. “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok”. Skripsi—Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.
- Buchori, Imam dan Siti Musfiqoh. Sistem Ekonomi Islam. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Buchori, Nur S. Koperasi Syariah. Sidoarjo: Kelompok Masmedia Buana Pustaka, 2009.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana, 2005.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Departemen Agama. Al-Qur’an dan Terjemahnya. Jakarta:Almahira,2015.
- Engel, James F. et.al. Consumer Behavior Eight Edition. The Dryden Press: Forth Worth, 2001.
- . Perilaku Konsumen. Budiyanto. Jilid 1. Jakarta:Bina Rupa Aksara, 1994.
- Erna Ferrinadewi. Merek & Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Fatmawati, Desy. “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim Di Sleman”, Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta,2015.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 1. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Gudono. Analisis Data Multivariate. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE, 2012.

- Idri, Hadits Ekonomi (Ekonomi Dalam Prespektif Hadits Nabi). Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Iklilah. “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Softdrink Merk Frestea Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember”, Artikel—Universitas Jember, 2014.
- Ismail. Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Karim, Adiwarmarman A. Ekonomi Mikro Islam. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Kasanah, Mualimatul. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi Kasus pada Batik Muslim Sofie Fashion Semarang)”. Skripsi—UIN Walisongo Semarang, 2016.
- Khotimah Khusnul, Wawancara, KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkkring Gresik, 07 Oktober 2016.
- Kiswalini, Annis dan I Ketut Nurcahya. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian”. KTI—Universitas Udayana Bali, tt.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, edisi 2, Jakarta: Indeks, 2005.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT.Indeks, 2007.
- . Prinsip-prinsip Pemasaran. Imam Nurmawan. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 1997.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran. Bob Sabran Jilid 1 Jakarta: Erlangga, 2009.
- . Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Mansur, Ahmad. Ekonomi Makro Islam. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014.
- Masykur, Mukhammad Khasanudin. “Aplikasi Multinomial Logistic Regression Dalam Analisis Pengaruh Keputusan Pemilihan Provider Seluler GSM di Kota Jember”. Skripsi—Universitas Jember, 2011.
- Morissan. Metode Penelitian Survey. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

- Muhammad. Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: Rajawali Press, 2008.
- Pelatihan Statistik, “Regresi Multinomial Logit”, dalam <http://research-indonesia.blogspot.co.id/2013/07/regresi-multinomial-logit.html> diakses pada 13 Oktober 2016.
- Pengolahan Tabulasi Data Dalam Penelitian Sosial. Dalam <http://axaq.blogspot.co.id/2016/01/pengolahan-tabulasi-data-dalam.html>. diakses pada 16 Desember 2016.
- Peter , J. Paul & Jerry C. Olson. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Damos Sihombing & Peter Remy Yossi Pasla Edisi 4. cet 1. Jakarta: Erlangga, 2000.
- . Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran. Diah Tantri Dwiandani. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Pradesta, Rima Berlian. “Pengaruh Etnosentrisme, Brand Image, dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Jadi Impor”. Skripsi—Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Puraditya, Whisnu Agung. “Analisis Terhadap Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ponsel Nokia (Studi Pada Mahasiswa Universitas di Kota Semarang)”. Skripsi—Universitas Diponegoro Semarang, 2014.
- Purnama, Wulan. “Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone BlackBerry (Survey Pada Pengguna Smartphone BlackBerry outlet Erafone BEC Bandung)”. Skripsi—Universitas Pendidikan Indonesia, 2014.
- Purwata, Heri. “BMT Dorong Masyarakat Menabung”, dalam <http://m.republika.co.id/berita/Koran/syariah-koran/14/07/07/n8cdyo-bmt-dorong-masyarakat-menabung>, diakses pada 06 Oktober 2016.
- Putra, Febri Anggara. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Konsumen iPhone di Universitas Brawijaya)”. KTI—Universitas Brawijaya. Malang, 2011.
- Ridwan, Muhammad. Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT). Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Rif’an, Muh Arifin. “Analisis Faktor Budaya. Faktor Sosial. Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim

- Di Toko Kisa' Kaliwungu. Kendal. Skripsi—IAIN Wali Songo Semarang, 2014.
- Riwanto, Diki S. "Pengaruh Kelompok Referensi. Pekerjaan, dan Pendapatan terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan Idul Fitri di KJKS BMT-UGT Sidogiri KCP Tanggulangin Sidoarjo". Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016.
- Safingi, Yusuf. "Pengaruh Promosi. Religiositas. dan Kelompok Referensi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di PT Federal International Finance Syari'ah Cabang Yogyakarta". Skripsi—UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta, 2008.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sasongko, Agung."Perkembangan Koperasi Syariah Sangat Pesat", dalam <http://m.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/04/21/nn4pbw-perkembangan-koperasi-syariat-sangat-pesat>, diakses pada 06 Oktober 2016.
- Setiadi, Nugroho J. Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Siregar, Syofian. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.
- SM, Makhalul Ilmi. Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah: Beberapa Permasalahan dan Alternative Solusi. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Soemitra, Andi. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Subandi, Bambang. Etika Bisnis Islam. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Sudarmanto, Gunawan. Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013.
- Sugiyono. Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharso, Puguh. Metode penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis. Jakarta: Indeks, 2009.

- Sumarwan,Ujang. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi kedua. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sumber KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik. 2016 (Data diolah).
- Sumber SOP KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik.
- Suparmoko. Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-ilmu Social, Ekonomi dan Bisnis). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2007.
- Supranto, J. dan Nanda Limakrisna. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Suryani, Tatik. Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Wigati, Sri. “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal Maliyah. No. 01, Vol. 01. Juni, 2011.
- Yasid. “Perilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam”, EKBISI, Vol. VII, No. 2, Juni, 2013.