

**PENGARUH *BRAND IMAGE* KIAI, MODAL SOSIAL, DAN *TRUST*
TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT UNTUK MENABUNG DI
KSPPS NURI JATIM CABANG WARU, PAMEKASAN.**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Siti Eniyatul Uyun

NIM. 02040322030

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya ;

Nama : Siti Eniyatul Uyun

NIM : 02040322030

Fakultas/Prodi : Pascasarjana/ Magister Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Pengaruh *Brand Image* Kiai, Modal Sosial, dan *Trust*
Terhadap Preferensi Masyarakat Untuk Menabung Di KSPPS NURI
JATIM Cabang Waru.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa Tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, Maret 2024
Saya yang menyatakan,



Siti Eniyatul Uyun
NIM. 02040322030

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis Berjudul "**Pengaruh *Brand Image* Kiai, Modal Sosial, dan *Trust* Terhadap Preferensi Masyarakat Menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru, Pamekasan**" yang ditulis oleh Siti Eniyatul Uyun ini telah disetujui pada tanggal 04 Maret 2024

Oleh:

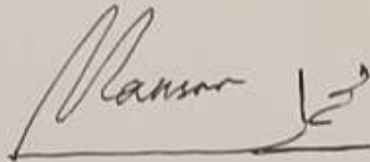
PEMBIMBING I



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001

PEMBIMBING II



H. Ahmad Mansur, BBA, MEI, MA, PhD

NIP. 197109242003121003

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis berjudul "**Pengaruh *Brand Image* Kiai, Modal Sosial, Dan *Trust* Terhadap Preferensi Masyarakat Untuk Menabung Di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru, Pamekasan.**" yang ditulis oleh Siti Eniyatul Uyun ini telah diuji pada tanggal 14 Maret 2024.

Tim penguji:

1. Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I (Ketua Penguji)
NIP. 197005142000031001
2. H. Ahmad Mansur, BBA, MEI, MA, PhD (Sekretaris Penguji)
NIP. 197109242003121003
3. Dr. Imam Buchori, SE., M.Si. (Penguji 1)
NIP. 196809262000031001
4. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, MM. (Penguji 2)
NIP. 197608022009122002

Surabaya, 14 Maret 2024



Prof. H. Masdar Hilmy, S.Ag., M.A., Ph.D
NIP. 197103021996031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Eniyatul Uyun
NIM : 02040322030
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana/Magister Ekonomi Syariah
E-mail address : enyzamil@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Skripsi ☒ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Brand Image Kiai, Modal Sosial dan Trust Terhadap Preferensi Masyarakat Untuk Menabung Di KSPPS NURI Jawa Timur Cabang Waru.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2024

Penulis

(Siti Eniyatul Uyun)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Apakah *brand image* kiai berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru, Pamekasan. (2) Apakah modal sosial berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru, Pamekasan. (3) Apakah *trust* berpengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru, Pamekasan. (4) Apakah *brand image* kiai, modal sosial dan *trust* secara simultan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru, Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 335 responden yang merupakan anggota dan menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 29 dengan menerapkan metode regresi linear berganda.

Dari hasil uji yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa: *pertama*, hasil uji F menunjukkan bahwa *brand image* kiai, modal sosial dan *trust* secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung. *Kedua*, hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa *brand image* kiai tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap preferensi menabung, sedangkan modal sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi menabung dan variabel *trust* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel preferensi menabung.

Kata Kunci: *Brand Image* Kiai, Modal Sosial, *Trust*, Preferensi Menabung.

Abstract

This study aims to: (1) Does kiai brand image have a significant effect on people's preferences in saving at KSPPS NURI JATIM Waru Branch, Pamekasan. (2) Whether social capital has a significant effect on people's preferences to save at KSPPS NURI JATIM Waru Branch, Pamekasan. (3) Does trust have a significant effect on people's preferences to save at KSPPS NURI JATIM Waru Branch, Pamekasan. (4) Does kiai brand image, social capital and trust simultaneously affect people's preferences in saving at KSPPS NURI JATIM Waru Branch, Pamekasan.

This research uses quantitative research with OLS (Ordinary Least Square) method. The sample used in this study consisted of 335 responden who were members and saved at KSPPS NURI JATIM Waru Branch. Data analysis in this study used SPSS version 29 by applying multiple linear regression method.

From the results of the tests carried out, it can be concluded that: first, the results of the F test show that brand image kiai, social capital and trust simultaneously affect the prevalence of saving. Second, the results of the T (partial) test show that the kiai's brand image has no partial influence on saving preferences, While social capital has a positive and significant influence on saving preferences and trust variables also have a positive and significant influence on saving preference variables.

Keywords: **Kiai brand image, social capital, trust, saving preferences.**

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Hasil Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teoretik	6
1. Perilaku Konsumen	6
2. Preferensi Menabung	13
3. <i>Brand Image</i> Kiai	15
4. Modal Sosial	19
5. <i>Trust</i>	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Konseptual	34
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	37

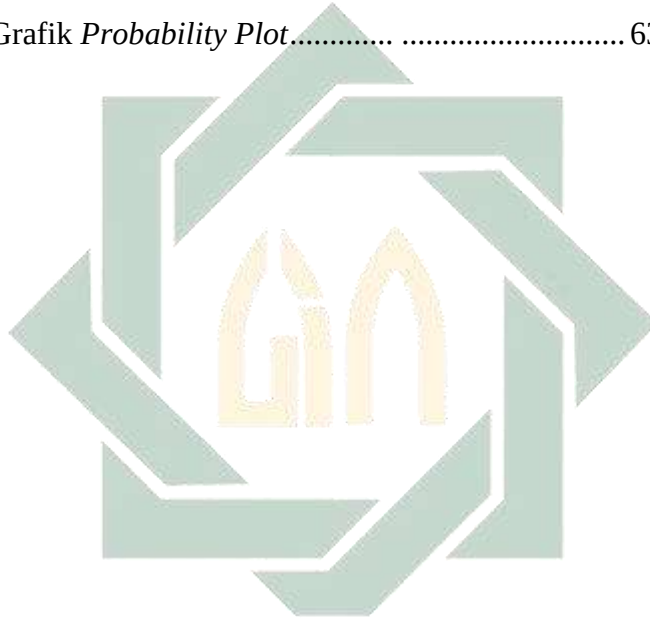
C. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel	38
D. Sumber Data	38
1. Sumber Data Primer.....	38
2. Sumber Data Sekunder	38
3. Definisi Opeasional.....	39
E. Skala Pengukuran	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data	42
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	44
3. Uji Regresi Linier Berganda	45
4. Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	49
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	49
1. Profil KSPPS NURI JATIM Cabang Waru	49
2. Visi dan Misi KSPPS NURI JATIM ..	49
3. Produk Simpanan di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru.....	50
4. Karakteristik Responden	51
B. Analisis Data	54
1. Deskripsi Jawaban Responden.....	54
2. Uji Kuisioner.....	59
3. Uji Asumsi Klasik.....	63
4. Uji Hipotesis	65
C. Pembahasan	70
1. Pengaruh Brand Image Kiai Terhadap Preferensi Menabung	

di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru	70
2. Pengaruh Modal Sosial Terhadap Prefereni Menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru	72
3. Pengaruh Trust Terhadap Prefereni Menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru	76
4. Pengaruh Brand Image Kiai, Modal Sosial dan Trust Terhadap Prefereni Menabung di KSPPS NURI JATIM Cabang Waru	78
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Grafik <i>Probability Plot</i>	63



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota.....	53
Tabel 4.6 Pendistribusian Hasil Responden Variabel <i>Brand Image</i> Kiai	54
Tabel 4.7 Pendistribusian Hasil Responden Variabel Modal Sosial	55
Tabel 4.8 Pendistribusian Hasil Responden Variabel <i>Trust</i>	57
Tabel 4.9 Pendistribusian Hasil Responden Variabel Preferensi Menabung	58
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> kiai	60
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Modal Sosial	60
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Trust</i>	60
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Preferensi Menabung	61
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> Kiai	61
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Modal Sosial.....	62
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel <i>Trust</i>	62
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Variabel Preferensi Menabung	62
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.19 Uji Rank Spearman	65
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66

Tabel 4.21 Hasil Uji Determinasi.....	67
Tabel 4.22 Hasil Uji T (Parsial)	68
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Simultan).....	69



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. Ma'ruf. *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*. Aswaja Pressindo, 2015.
- Adi, Mohammad, and Magister. "Konstruksi Sosial Tokoh Masyarakat Madura Terhadap Kiai Yang Berpolitik Praktis (Studi Fenomenologi Di Kabupaten Bangkalan Madura)." *Statistical Field Theor* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
- Afriani, Tia, and Nadia Asandimitra. "Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank." *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (2020), 1-17.
- Anantawikrama Tungga Atmadja. "Penyertaan Modal Sosial Dalam Struktur Pengendalian Intern Lembaga Perkreditan Desa (LPD) (Studi Kasus Pada LPD Pakraman Penglatan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Propinsi Bali)," n.d.
- Ansori, and Abu Khaer. "Modalitas Kepemimpinan Kiai Dalam Membentuk Ummatan Wasathan (Ummat Moderat)." *Aafiyah : Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 1 (2023): 09–37.
- Asgha, Banguning. "Peran Modal Sosial Dalam Kinerja Lembaga Keuangan Mikro: Studi Kasus Di Koperasi Maju, Jakarta." *Indonesian Journal of Accounting and Governance* 1, no. 1 (2019), 44–54.
- Dawami, Qosdan. "Factors Influencing the Preference of Customers Towards Islamic Banking: Evidence from Malaysia." *Journal of Islamic Economic Laws* 3, no. 1 (2020): 48–67.
- Dinullah, Muhammad, and Tika Widiastuti. "Pendayagunaan Sosial Perspektif Ekonomi Islam Pada (Studi Kasus Koperasi Syariah Di Pondok Pesantren Ummul Quro Surabaya)." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 6 (2019): 2120.
- Dr. Hamdi Agustin, SE.MM. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Konsep Dan Contoh Penelitian)*, 2016.
- Fashri, Fauzi. *Pierre Bourdie: Menyingkap Kuasa Simbol*. Yogyakarta: Jalasutra, 2014.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* 25. IX. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

- Gitleman, Lisa., and Johannes Kleberger. "Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Pada Bpr Dana Central Mulia Batam." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2014.
- Hammdan Rasyid. *Bimbingan Ulama: Kepada Umara Dan Umat*. Jakarta: Pustaka Beta, 2007.
- Hana, Kharis Fadlullah. "Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7, no. 2 (2019), 203.
- Ilahi, Mohammad Takdir. "Kiai : Figur Elite Pesantren." *Jurnal Kebudayaan Islam* 12, no. 2 (2014): 137–48.
- Indah Wahyu Utami. *Perilaku Konsumen*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, 2017.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, and Dkk. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Jefri Putri Nugraha., dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Kamilah, and Oksiana Jatiningsih. "Sosok Kiai Dalam Konstruksi Intelektual Muda Bangkalan." *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan* 5, no. 3 (2017): 735–48.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. "Kiai," 2023. <https://kbbi.web.id/kiai>.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan)," 2023. <https://kbbi.web.id/preferensi>.
- Kanitra, Althaf Revi, and Andriani Kusumawati. "Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61, no. 1 (2018), 64–73.
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kementrian Ketenagakerjaan. "Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 193 Tahun 2017.,” 2017. <https://jdih.kemnaker.go.id/>.
- Kuangan, Jasa. ""Buku Ini Didedikasikan Untuk Pembelajaran Dan Manfaat Bagi Mahasiswa Guna Mempersiapkan Serta Memberikan Kontribusi Terbaik Bagi Perkembangan Industri Industri Jasa Keuangan Syariah,"

- Khairiyah, Nanda Puja Oktavia. "Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Preferensi Menabung Pada Bank Syariah Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Febi Iain Ponorogo." Iain Ponorogo, 2020.
- Leyndra, Okta. "Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Penyintas COVID-19 Di Rumah Sakit Bhayangkara Wahyu Tutuko Bojonegoro Jawa Timur," 2023.
- Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Mariyono, Joko. "Determinants of Customers in Selecting Sharia Banking System for Saving in East Java - Indonesia." *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura* 16, no. 3 (2013): 457.
- Marliah Maulina, Ismaulina. "Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa." *Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah* 3 (2019): 1–12.
- Mawardi, Marmiati. "Public Perception on the Role of Kiai in Yogyakarta." *Analisa* 20, no. 2 (2013): 133.
- Muaziz, Imam, Ikhwan Hamdani, and Ahmad Mulyadi Kosim. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amanah Ummah." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2017): 107–26.
- Muktirrahman. "Peran Modal Sosial Pesantren Sidogiri Dalam Mengembangkan Koperasi Jasa Keuangan Syariah." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2017.
- Mursyid, and Lamtana. *Dasar-Dasar Ekonomi Mikro*. Pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2020.
- Nurrachmi, Intan, and Setiawan. "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal." *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 7 (2020): 126.
- Prasetyo, Bagus. "Analisis Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Product Knowledge Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Simpang Agung Kecamatan Seputih Agung)," 2016, 1–23.

- Rahmawati, Novita Dewi, Rois Arifin, and Alfian Budi Primanto. "Pengaruh Word of Mouth, Citra Merek, Brand Trust, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bago Tulungagung)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9, no. 8 (2020): 37–52.
- Ratih Anggraini. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Rekaman* 4 (2020): 199.
- RI, Kemenag. *Al-Qur'an Dan Tajwid Aminah*. Surabaya: Cahaya Agency, 2017.
- Rika Agustiani, Pandriadi, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Edited by Nanny Mayasari Ni Putu Gatriyani. Makassar: CV. Tohar Media, 2019.
- Saiful Akhyar Lubis. *Konseling Islami Kyai Dan Pesantren*. Yogyakarta: eLSAQ Press, 2007.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Saragih, Ahmad Ripai, Nurlaila, and Tuti Anggraini. "The Influence Of Knowledge Of Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Cadres On The Preference Of Saving In Sharia Bank With Religiosity" 6, no. 2 (2016): 1–23.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Dan Kualitatif Edisi 2*. 2nd ed. Yogyakarta: Suluh Media, 2018.
- Septiana, Eka. "Religiusitas Dan Disposable Income Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)." *Perbankan Syariah*, 2020.
- Setiadi, Nugroho Juli. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Sidharta, Iwan, and Boy Suzanto. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Transaksi Online Shopping Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce." *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)* 9, no. 1 (2015), 23–36.
- Simbolon, Aprili Kristiani. "Analisis Modal Sosial Untuk Kesejahteraan Masyarakat Lokal (Studi Pada Wisata Petik Jeruk Di Dusun Borogragal, Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang)." *Cakrawala* 12, no. 1 (2018), 266.

- Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA, 2006.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013.
- Sunan, Iain, and Ampel Surabaya. “Peran Kiai Dalam Pemilukada Di Pamekasan 2008.” *JRP (Jurnal Review Politik)* 2, no. 1 (2012): 16–33. <http://jurnalfuf.uinsby.ac.id/index.php/JRP/article/view/1007>.
- Sunyoto, Danang, and Yanuar Saksono. *Perilaku Konsumen*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2021.
- Umma, Naritsul, and Rifda Nabila. “Pengaruh Online Customer Review , Citra Merek Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z).” *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2023): 31–47.
- Wigati, Sri. “Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam.” *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 01, no. 01 (2011): 18.
- Winasih, Tri, and Luqman Hakim. “Peran Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.” *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2021): 205–21.
- Zahara, Vadilla Mutia, and Cep Jandi Anwar. *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.