**Daftar Pustaka**

Deyda, C. (2017) Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Harga pada Minat Beli Konsumen Toko Dhea di Pasar Bambu Kuning Trade Center, *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen.* Program Sarjana Ekonomi. Bandar Lampung : Universitas Lampung.

Herdiansyah. (2012). Pengaruh *Advertising* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. Volume: 4 no: 2 hal: 61-62.

Indriantoro, N., dan Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.* Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Kasmir, (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persida.

Narbuko C. dan Achmadi A. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Nindiatma dkk. (2018). Pengaruh *Corporate Image* dan *R*elationship *Marketing* terhadap *Trust* serta Dampaknya pada *Loyalti. Student Journal ub.ac.id.* Volume: 62 no: 1 hal: 147-148.

Ridhatullah, S., dan Jauhar, M. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.

Safi’i, W.A. (2018) Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota dalam Menabung di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah, *Skripsi Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam.* Program Sarjana Ekonomi. Tulungagung: Universitas Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Sangaji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Saputri, A.E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Mayang Collection Pusat di Kota Malang, *Program Sarjana Ekonomi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Sari, M.Y. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Hand Body Lotion Vaseline, *Program Sarjana Ekonomi.* Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.

Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tempo News. (2015). Sejarah PT Bank Negara Indonesia Tbk. 5 Juni 2015.http://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/sejarah. Visitasi: 26 Februari 2019.

.(2019). Visi Misi PT Bank Negara Indonesia Tbk.1 April 2019. http://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/tentangbni/visimisi.

.(2019). Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 1 April 2019. https://www.ojk.go.id/id/pages/Laku-Pandai.aspx

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Wiarno, R.S. (2018) Pengaruh Produk, Promosi, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah di Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Tulungagung, *Program Sarjana Ekonomi dan Bisinis Islam.* Program Sarjana Ekonomi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungangung.

Yunita, M. (2018) Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Pendapat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah, *Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam.*Program Sarjana Ekonomi. Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.

Yustriani dan Lesmana R. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Garuda Indonesia Tbk. Volume: 1 no: 1 hal: 138-139.