

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Aini, D. R., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth dan Rating Konsumen di Situs Female Daily terhadap Minat Beli Produk dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Female Daily di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1). <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Akbar, R., Siroj, R. A., Win Afgani, M., & Weriana. (2023). Experimental Research Dalam Metodologi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(Vol 9 No 2 (2023): Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan), 465–474. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/3165>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Anwar, S. (2021). Pengembangan Media Literasi Keuangan Syariah bagi I-Generation (Internet Generation) sebagai Upaya Membangun Sharia Economic Society. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 681–695. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.260>
- Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia. (2024). *Daftar Anggota Asuransi SYariah di Indonesia*. <https://www.aasi.or.id/daftar-anggota>
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah (Studi pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>
- Bouzekouk, S., & Mansor, F. (2024). The factors influencing the selection of fund management companies by Malaysian retail investors in the context of islamic unit trust funds. *Borsa Istanbul Review*, October 2023. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2024.06.007>
- Buono, K. B., Noviarita, H., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Inklusi Keuangan Syariah Digital Pada Sektor Pertanian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3949. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11355>
- Cahya, A. D., Annisa, I. N., Setiawan, F. B., & Dharmanisa, A. L. (2021). Analisis Pengaruh Service Quality dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UKM Bakpia Boomber Mas Raga Gunung Kidul). *Jurnal Daya*

- Saing*, 7(2), 168–173. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.677>
- Candera, M., Afrilliana, N., & Ahdan, R. (2020). Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2069>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Citra, Y., Faizal, M., & Choirunnisak. (2023). Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Sumsel Babel Cabang Kayuagung. *JURBISMAN :Jurnal Bisnis Manajemen*, 1(1), 19–36.
- Crow, L., & Crow, A. (1963). *Psikologi Pendidikan*.
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971–4982. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>
- Databoks. (2023). *10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin!* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id-/statistik/66cd942e80518/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>
- Databoks. (2024). *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam pada Semester I 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/08/08/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-semester-i-2024>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DSN, M. (2001). Fatwa Dewan Syari'ah Nasional NO: 21/DSN-MUI/X/2001. *Ojk.Go.Id*, 5.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Buku Ajar (Dr. Duryadi, M.Si.) (Z-Library).pdf*.
- Egon, K. M. (2023). *Analisis Keputusan Penumpang Dalam Menggunakan Kapal*. 2(2), 121–130.
- Elizabeth B. Hurlock. (2016). *Child Development* (second). McGraw-Hill Book Company. <https://dn790006.ca.archive.org/0/items/in.ernet.dli.2015.350469/2015.350469.Child-Development.pdf>
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266. <https://doi.org/10.62017/jemb>

- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Online terhadap Minat Beli Masyarakat pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *Agriscience*, 3(1), 164–178. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15240>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2015). *Structural Equation Modelling - Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.
- GoodStats. (2024). 4,1 Juta Orang Jabodetabek Melakukan Pergerakan Harian Penduduk di Wilayah Jabodetabek. GoodStats. <https://goodstats.id/article/4-1-juta-orang-jabodetabek-melakukan-pergerakan-harian-penduduk-di-wilayah-jabodetabek-Klzeu>
- Hameed, I., Akram, U., Khan, Y., Khan, N. R., & Hameed, I. (2024). Exploring consumer mobile payment innovations: An investigation into the relationship between coping theory factors, individual motivations, social influence and word of mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77(November 2023), 103687. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103687>
- Handayani, T., Yetty, F., & Priyatno, P. D. (2020). Apa Pertimbangan Masyarakat Berasuransi Syariah di Jabodetabek? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 39–54. <https://doi.org/10.35836/jakis.v8i1.104>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Media Pressindo. Media Pressindo.
- Hasanah, U. (2019). Instrumen Investasi dalam Perusahaan Asuransi Syariah. *Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol. 11, N*.
- Hendra Perdana, T. A. (2020). Penerapan Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Kepolisian Kalimantan Barat. *Bimaster: Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 9(4), 475–482. <https://doi.org/10.26418/bbimst.v9i4.41825>
- Herdinata, C., Aepp, & Pranatasari, F. D. (2020). *Literasi Keuangan berbasis Fintech*. 1–23.
- Hery, M. T. (2015). Upaya meningkatkan minat dan prestasi belajar matematika siswa dengan menggunakan penerapan pembelajaran berbasis multimedia interaktif. *Jurnal Ilmiah Edukasi Matematika (JIEM)*, 1(1), 1–16.
- Hidayat, A. (2020). *Partial Least Square (PLS), Pengertian, Fungsi, Tujuan, Cara*. Statistikian. <https://www.statistikian.com/2018/08/pengertian-partial-least-square-pls.html>
- Imam Machali. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. In

Laboratorium Penelitian dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur (Vol. 01, Issue April). [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif %28Panduan Praktis Merencanakan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf)

- Jefri, P. N., Dian Al□ah, Gairah, inulingga, Umi Rojiati, M.Kom.I. Dr. Gazi Saloom, M.Si. Rosmawati, S || | .Pi., M.Si. Fathihani, S.E., M. M., Johannes, D. R., Kristia, M.B.A. Mail Hilian Batin, Widya Jat || i Lestari, \, Khatimah, H., Maria Fatima B., & Beribe, M. P. (2021). Teori Perilaku Konsumen. In *Ekonomi*.
- Kamaludin, A. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen pada Yogya Grand Majalengka Dilihat dari Perspektif Iklan dan Komunikasi Word Of Mouth. *Syntax Literate*, 5(12), 1493–1503.
- Kartika, C., Yusuf, Hidayat, F., Efina, K., Fauzi, S. N., Sari, A. P., Firmansyah, E., & Wahyudi. (2020). *Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah*. 4(2), 53–82.
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2), 105–119. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2019-0029>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Marketing management (13th ed.). In *Prentice Hall*.
- Kottler, P., & Kettler. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali.
- Liendy, N. B. (2021). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan, Customer Perceived Value, Dan Daya Tarik Promos Terhadap Minat Mengina Kembali Pada Hotel kini Di Pontianak. *Journal Widyadharma*, 6(8), 1746–1754.
- Litamahuputty, J. V. (2020). Tingkat literasi keuangan mahasiswa politeknik negeri ambon. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 02(01), 83–89.
- M Tsabat Zidni, B. F. (2022). *Pengaruh Bagi Hasil Literasi Keuangan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang*. 1(4), 331–344.
- Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- MiftaQurromah, Y., & Rafikasari, E. F. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar. *Juornal of Economics and Policy Studies*, 2(2), 37–48. <https://doi.org/10.21274/jeps.v2i2.5322>
- Moh. Asra, & Rizqiyah. (2019). Studi Komparatif Asuransi Shari'ah dan Konvensional. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 3(2), 103–117. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v3i2.155>
- Muksal, M., Ayumiati, A., & Yuliadra, T. F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah. *JPSDa: Jurnal*

- Perbankan Syariah Darussalam*, 3(2), 148–160.
<https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i2.2165>
- Nuky, E. (2024). *Penduduk 30 Juta Melebihi Australia, Jabodetabek Harus Jadi Jakarta Megapolitan*. Investor Trust.
<https://investortrust.id/macro/14943/penduduk-30-juta-melebihi-australia-jabodetabek-harus-dijadikan-jakarta-megapolitan>
- Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa*, 1, h. 5.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Ode, Y., & Hiariey, A. H. (2024). The Analysis of Psychological Factors on Students' Interest Towards the Independent Campus Internship Program Using Structural Equation Modeling Partial Least Square Analisis Faktor Psikologis Minat Mahasiswa Terhadap Program Magang Kampus Merdeka Menggun. *Jurnal Matematika, Statistika, Dan Komputasi*, 20(2), 467–483. <https://doi.org/10.20956/j.v20i2.32190>
- OJK. (2019). *Jasa Keuaangan*. Otoritas Keunangan. bit.ly/ekspos
- OJK. (2022). Statistik Industri Keuangan NonBank Syaiah. In *Otorisasi Jasa Keuangan*. www.ojk.go.id.
- OJK. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa keuangan. (2019a). *Perasuransian Seri Literasi Keuangan* (Issue 112). Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa keuangan. (2019b). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. Otoritas Jasa Keuangan.
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DataLinkDesc/SNLIK>
- Otoritas Jasa keuangan. (2022). *Literasi keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pramudya, R. M., & Rahmi, M. (2022). Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 70. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>
- Puspitasari, V. E., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(2), 122. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3292>
- Ramadhan, T. (2022). Akad-Akad Dalam Asuransi Syariah. *Sahaja*, 1(1), 45–56.

<https://doi.org/10.61159/sahaja.v1i1.12>

- Rangkutti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Risa Nur Fauzi. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(1), 37–46.
- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., & Pratama, V. Y. (2022). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 138–151. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.79>
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sernovitz, A. (2010). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. (K. Publishing (ed.)).
- Setiawan, D. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Sinambela, E. A., Sari, P. P., & Arifin, S. (2020). Pengaruh Variabel Harga dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wingsfood. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(1), 55–70. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v13i1.1053>
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Rosdakarya.
- Sugiyono, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Surya, R. A. B., & Setyawati, C. Y. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Cv. Surya Jaya Makmur. *Performa*, 6(1), 11–20. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1905>
- Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan/ Building The Corporate Image* (1st ed.). Damar Mulia Pustaka.
- Syariah, P. A., Syariah, P. R., Perusahaan, D. A. N., & Syariah, R. (2014). *No Title*. 1–13.

- Syofian, S. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Ekspektasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bri Kc Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 84. <https://doi.org/10.32663/crmj.v3i2.1567>
- Tamba, A. A., Arafli, M. Z., Alvian, D., & Setiawan, A. (2024). Analisis Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah. *Jurnal Penelitian Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3).
- Utari, I. M., Agus, R., & Azhar, A. (2020). Pengaruh Syariah Marketing Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Jasindo Oto Pada Pt Asuransi Jasindo Syariah Kantor Pemasaran Medan. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 77–92. <https://doi.org/10.32678/ijei.v11i1.161>
- Wafiq Fadillah, & Saida Zainurossalamia ZA. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 231–240. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>
- Wardani, S., & Permatasari, I. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.35968/mpu.v12i1.862>
- Wicaksono, S., & Ellyawati, J. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Ulang: Uji Kepercayaan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Modus*, 32(2), 127–139.
- Yanto, R. T. Y., & Anggraini, S. D. (2023). Pengaruh citra perusahaan dan citra produk terhadap keputusan pembelian jasa paket pos kilat khusus pt pos indonesia (persero). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13, 65–76.
- Yu, W., Han, X., Ding, L., & He, M. (2021). Organic food corporate image and customer co-developing behavior: The mediating role of consumer trust and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(November), 102377. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102377>
- ZOE. (2024). *5 Disadvantages of Word of Mouth Advertising*. Zoe Marketing & Communications. <https://thezoeteam.com/blog/disadvantages-word-of-mouth-marketing>