

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Achmad Choerudin, Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). *Literasi Keuangan*. PT. Global Eksekutif Teknologi. https://www.researchgate.net/profile/Budi-Harto/publication/371724162_LITERASI_KEUANGAN/links/6491e8e5c41fb852dd1b22fc/LITERASI-KEUANGAN.pdf
- Adam, K. (2023). Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal UIN ALaudin*, 53–68.
- Adi Ahdiat. (2023). *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Adminlp2m. (2022). *Analisis Deskriptif-Definisi dan Tips Untuk Peneliti*. LP2M Universitas Medan Area. <https://lp2m.uma.ac.id/2022/09/12/analisis-deskriptif-definisi-dan-tips-untuk-peneliti/>
- Afifah, A. N. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah. *JUMPER : Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 3(1), 255–270. <https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jumper/article/view/990/629>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-0A5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-0A5978(91)90020-T)

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Angelia, D. (2022). 10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022. Goodstats. <https://goodstats.id/article/10-bank-digital-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-HlNLw>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah (Dari Teori ke Praktik)*. Gema Insani Press. <https://books.google.co.id/books?id=r3yFiZMvgdAC&printsec=frontcover&sou#v=onepage&q&f=false>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Aprilia, R. W. (2020). *Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA di Kabupaten Kebumen*. 1–9.
- Astuti Retno Astuti, Endang Masitoh, dan P. S. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah Surakarta. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 167–172. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.151>
- 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>
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) The Influence Of Service Feature And Ease Of Use On Interest Of Using Mobile Banking (Study on the Village Community. *Jurnal Margin*, 1(1), 36122.

- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Chrisna, H., Hernawaty, & Noviani. (2023). *Literasi Keuangan Syariah Untuk Perkembangan Umkm*.
<https://repository.penerbiteurka.com/media/publications/564439-literasi-keuangan-syariah-untuk-perkemba-69595031.pdf>
- Coviello, Nicole, Roger Milley, B. M. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 15(4), 18–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/dir.1020>
- Crow. (1984). *Psikologi Pendidikan* (Terjemahan).
- Darmisah, P., & Saiin, S. (2021). Pengaruh Religiositas terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *AL-Muqayyad*, 4(1), 25–35. <https://doi.org/10.46963/jam.v4i1.339>
- Dianti, D. L., Dasar, P., Bunga, S., Syariah, B., Islam, H., & Konvensional, B. (2024). Perkembangan Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Perbankan Syariah. *Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 112–116.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian: Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis, dan Analisis Smart PLS* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer.
- El-menouar, Y. (2014). *Lima Dimensi Religiusitas Muslim . Hasil Studi Empiris*. 8(1), 53–78.
- Eva Mardiana, Husni Thamrin, dan P. N. (2021). Analisis religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah kota pekanbaru. *Tabarru'*, 4(November), 512–520.
- Falevy, M. I., Suryani, & Prima Dwi Priyatno. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Persepsi Mahasiswa Jabodetabek Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.345>

- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Febriana, L., & Qurniati, A. (2021). Pendidikan agama Islam berbasis religiusitas. *El Ta'dib: Journal of Islami Education*, 1(1), 4–7.
- Financial, I. (2024). *PT. Bank Jago Tbk [ARTO]*. <https://www.idnfinancials.com/id/arto/pt-bank-jago-tbk>
- Firjatullah, F., Rahmani, N. A. B., & Ilhamy, M. L. (2023). The Influence of Digital Marketing, Brand Image, and Service Facilities on Customers' Saving Interest Decisions (a Case Study of Bsi Branch Office Gajah Mada). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(3), 1774–1790. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/iijsse/issue/view/159>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.mendeley.com/catalogue/524cba65-5cd5-3d04-b922-e9069b0a6b29/?utm_source=desktop
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media*. https://systems.aucd.org/docs/webinars/30_Minute_Social_Media_Marketing.pdf
- Haiyang Chen, R. P. V. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 107–128. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Hanafi, A., & Kamela, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang. *Jfek*, 21(2), 2–4. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/21336>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (1st ed.). PT. Intermedia Personalia Utama.

- Hasniaty, Budi Harto, Hana Rengganawati, A. Y. R. (2023). *Social Media Marketing*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hayatul Millah, M. K. H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Brand Image terhadap Minat Generasi Z pada Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Universitas Universitas Islam Zainul Hasan (UNZAH) Genggong. *Finance: Jurnal Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 42–54.
- Hendarti, A. M., Toni, A., & Candra, R. (2023). Knowledge , Service Features , Benefits , Convenience and Their Influence on Customer Interest : Evidence on BSI Mojopahit 2 Mojokerto City , Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Business*, 49–66. <https://doi.org/10.15642/elqist.2023.13.1.49-66>
- Ie, R., Linggadjaya, T., Sitio, B., & Situmorang, P. (2022). Digital Transformation of Pt Bank Jago Tbk From. *Digital Entrepreneurship and Business*, 3(1), 9–22.
- Jago, P. B. J. T. (2022). *Jago Luncurkan Aplikasi Perbankan Syariah*. Jago.Com. <https://www.jago.com/id/media-center/press-release/jago-luncurkan-aplikasi-perbankan-syariah>
- Janah, F. F., & Raharja, M. C. (2023). The Effect of Religiosity, Literacy and Perception Levels on Students Interest in Saving in Islamic Banking. *Indonesian Journal of Islamic Business and Economics*, 05(01), 15–26. <https://doi.org/10.32424/1.ijibe.2023.5.1.8738>
- Kanuk, L. G. S. dan L. L. (2012). *Consumer Behaviour 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Khotimah, H., & Saputeri, N. P. (2024). The effect of Islamic Financial Literacy and religiosity on the interest of saving Generation Z in Islamic banks. *Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 6(1), 71–86. <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/247>
- Laras, A. (2024). *Top 7 Bank Digital di Indonesia Kuartal I/2024: Seabank Teratas, Hibank Melesat*. Finansial.Bisnis.Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20240525/90/1768141/top-7-bank-digital->

di-indonesia-kuartal-i2024-seabank-teratas-hibank-melesat

- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada BSI ex BSM). *Jurnal Syarikah*, 7(2), 127–136. www.bankbsi.co.id
- Maulidya, M., & Putra, R. (2023). The Effect of Perceptions of Profit Sharing, Islamic Financial Literacy, and E-Banking on Customer Interests in Using Bank Syariah Indonesia (BSI) Services Religiosity as a Moderating Variable. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(2), 225. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\).225-244](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).225-244)
- Moniaga, N. N. dan N. E. P. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JUMPA : Jurnal Master Pariwisata*, January 2022. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v08.i02.p19>
- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>
- Nawangsari, S., Iswah, S. N., Gunadarma, U., Margonda, J., & No, R. (2019). *Pengaruh Teknologi Informasi , Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN*. 144–151.
- NS Development. (n.d.). *Pengertian Minat Menurut Para Ahli*.
- Nurbakti, R., Gustina Putri, L., Rindu Kurniawan, D., Judijanto, L., & Arifin, M. S. (2023). Analysis of The Influence of Digital Promotions, Perception of Ease, Transparency and Service Features Toward Public Intention to Use Digital Bank in Money Saving. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 5(3), 79–84. <https://doi.org/10.60083/jsisfotek.v5i3.308>
- Nurfajar, B. (2023). Influence of Bank Syariah Indonesia ' s Instagram Social Media on Students ' Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia. *Syari'ah Economics*, 7(1), 24–33.
- ojk. (2017). *Literasi Keuangan*. OJK. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan->

perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx

- Poon, W. (2008). Users' adoption of e-banking services: the Malaysian perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23, 59–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat). *Jurnal Visionida*, 6(2), 64. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3508>
- Purbayati, R. F. N. dan R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3, 140–153. <https://jurnal.masoemuniversity.ac.id/index.php/maps/article/view/135/92>
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>
- Purwanto, S., & Perkasa, D. H. (2024). Analisis Transformasi Bank Digital Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 4(2), 622–633. <https://www.revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/342/262>
- Puspa, D. A., Sadiyah, M., Islam, U., Ulama, N., Islam, U., Ulama, N., Artikel, I., Literacy, F., & Sadiyah, M. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah*. 3(1).
- Puspadini, M. (2024). *OJK: Literasi Keuangan Syariah Warga RI Tumbuh 30% di 2023*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240404180032-17-528451/ojk-literasi-keuangan-syariah-warga-ri-tumbuh-30-di-2023>

- Regiansa, A., & Mubarak, D. A. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha NMAX di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 24–38. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i1.11>
- Safitri, M. D. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa IAIN Ponorogo Menjadi Nasabah Bank Syariah*. 1–150. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/9126%0A>
- Sandjaja, S. S., Syahputra, Y., & Erwinda, L. (2020). Validasi skala penilaian instrumen perencanaan karier menggunakan Andrich Threshold. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 105–117. <https://doi.org/10.30996/persona.v9i1.3310>
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing terhadap Minat Beli Climatethirty. *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5.
- Sari, Z. M., Wulandari, P. P., Interest, K., Behavior, P., & Lending, P. (2019). Pengaruh Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Peer-To-Peer Lending (Studi Kasus Pada Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5831>
- Schmitt, B. (2010). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *NOW: The Essence of Knowledge*, 5, 55–112. <https://doi.org/10.1561/17000000027>
- Sidik, S. (2024). *Nasabah Bank Jago Syariah Capai 1,7 Juta, Gen Z dan Milenial Terbanyak*. Katadata. <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/65def06e49096/nasabah-bank-jago-syariah-capai-1-7-juta-gen-z-dan-milenial-terbanyak?page=2>
- Stark, C. Y. G. dan R. (1988). *Agama: dalam Analisa; Interpretasi Sosiologis*. Rajawali.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D / Sugiyono* (2nd ed.). CV Alfabeta Bandung.

https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=

- Suparno, D., Tjahjawan, I., Martodiryo, S., Anshary, A. H., Mulyono, Badrian, Indrariansi, E. A., & Suwondo, T. (2023). The influence of financial literacy, digital literacy, digital marketing, brand image and word of mouth on the z generation's interest in Islamic banks. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 1975–1982. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.6.015>
- Supriadi, D., Iman, A. H., & Saputra, Y. (2024). *Studi Intensi Pembelian Kendaraan Listrik pada Generasi-Z : Pendekatan Teori Perilaku Terencana yang diperluas*. 5(01), 83–98.
- Syah, M. (2019). *Psikologi Pendidikan*. Remaja Rosdakarya. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22420>
- Syahrani, M. (2023). *10 Provinsi dengan Tingkat Penetrasi Internet Tertinggi di Indonesia Tahun 2023*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-tingkat-penetrasi-internet-tertinggi-di-indonesia-tahun-2023-LdHH4>
- Tamba, D. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behaviour untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus : Mahasiswa FE-Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 119–145.
- Wahid Ikhsanudin, Imam Sopingi, dan K. C. Y. K. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Religiositas Nasabah terhadap Minat Penggunaan Produk Pembiayaan di Bank Syariah. *Nahdatul Iqtishadiyah: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1). <https://ejournal.stai-br.ac.id/index.php/nahdatuliqtishadiyah/article/view/125/104>
- Yusli, M. S. dan M. (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>