

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Review Management*, 38(3).
- Afandi, A. A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:237833782>
- Anggraeni, T. N. (2021). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk: Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*, 7.
- Arliva, U. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)*. [http://repository.radenintan.ac.id/29303/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/29303/1/COVER BAB 1 BAB 5 DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/29303/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/29303/1/COVER%20BAB%201%20BAB%205%20DAPUS.pdf)
- Asari, A., Kom, S., Munir, M., Gustini, M., Siagian, M., Ak, M., Rasjid, H., Siti, M., Faizah, I., Pristiana, U., Si, M., & Abdurohim. (2023). *Literasi Keuangan*.
- Bitew, A., Abebaw, Y., Bekele, D., & Mihret, A. (2017). Prevalence of Bacterial Vaginosis and Associated Risk Factors among Women Complaining of Genital Tract Infection. *International Journal of Microbiology*, 2017, 4919404. <https://doi.org/10.1155/2017/4919404>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2013). *Digital Marketing*. Business & Economics.
- Dafiq, B. I. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Digital Marketing, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap minat generasi Z pada Bank Syariah*.
- Dennis Eka. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Depok. *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–85.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Journal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1).
- Durmaz, Y. (2018). The Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i5/4140>

- Ekonomi, J., Fakultas, S., Dan, E., & Islam, B. (T.T.). Skripsi Dampak Ekonomi Sistem Arisan Perspektif Etika Bisnis Islam (Di Desa Kibang Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur) Oleh: Dinda Meliyana Npm. 1804040026.
- Firmansyah, M. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- Gibson, D. J. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Muslim terhadap Keputusan Penggunaan Produk Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1), 1–12.
- Glaser, M., & Weber, M. (2007). Overconfidence and trading volume. *GENEVA Risk and Insurance Review*, 32(1), 1–36. <https://doi.org/10.1007/s10713-007-0003-3>
- Hung, A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2009). Defining and Measuring Financial Literacy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1498674>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Ismail. (2016). *Perbankan Syariah*. Business dan Economic.
- Jannah, T., & Primitasari, N. (2023). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan Musyarakah pada Bank Umum Syariah Tahun 2017-2021. *Journal of Financial Economics & Investment*, 3, 46–56. <https://doi.org/10.22219/jofei.v3i1.21581>
- Keller, K. L. (2013). Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. In *Pearson always learning TA* (4th ed). Pearson Education. <https://doi.org/LK> - <https://worldcat.org/title/820108341>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (Fifth edit). Pearson. <https://doi.org/LK> - <https://worldcat.org/title/1108572986>
- Kim, E. Y. (2002). *Predicting online purchase intentions for clothing products*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Managemen. *United States of America: Courier/Kendallville*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=t94QngEACAAJ>
- Mulyati, K. P. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Word of Mouth, Digital Marketing, dan Brand Image Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Produk Keuangan Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Kota Samarinda)*.

<http://repository.uinsi.ac.id/handle/123456789/2997>

- Nawawi, H. (2017). *Manajemen Sumberdaya Manusia: Untuk Bisnis yang Kompetitif Ekonomi & Bisnis*.
- Niswaton, N., & Susilo, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Literasi Keuangan Syariah, Dan Shariah Governance, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Al Hukmu: Journal Of Islamic Law And Economics*, 1–11. <https://doi.org/10.54090/Hukmu.74>
- No.11/POJK.03/2016, P. (2016). Peraturan Otoritas jasa keuangan republik indonesia No 11/POJK.03/2016. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 1–82.
- Nst, Y. S., & Mujiatun, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Binjai Kota). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 142–151.
- OECD. (2016). *The Development Co-operation Report 2016 Watch the video : How can business and sustainable development*.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3, 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Potrich, A., Vieira, K., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39, 356–376. <https://doi.org/10.1108/MMR-06-2014-0143>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:115126266>
- Raja, A. (2014). Analisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Kendaraan Bermotor. *Jurnal Raja Abdurrahman*.
- Ramdani, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah. In *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*.
- Roberts, W. P., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*.
- Salim1, F., Arif2, S., Devi3, A., Ibnu, U., & Bogor, K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. 5, 226.

- Subkhan, M., Yusli, M., Stie, D., Wiwaha, W., & Manajemen, P. (T.T.). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Kabupaten Sleman). Dalam Seminar Nasional STIE Wiya Wiwaha.
- Setiawati, S., & Nurkhin, A. (2017). Pengujian Dimensi Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Economic Aducation Analysis Journal*.
- SNLIK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2019*.
- SNLIK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.
- Stanton, W. J. (19999). Fundamentals of marketing. In *McGraw-Hill series in marketing TA - TT - (7th ed)*. McGraw-Hill. <https://doi.org/LK - https://worldcat.org/title/1085160318>
- Stillman, D. (2018). *Generasi Z: Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- UUD No 21 tahun 2008. (2008). *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang perbankan Syariah*. 3(2), 54–67. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. J. (2011). Nber Working Paper Series Financial Literacy, Retirement Planning, and Household Wealth. *NBER Working Paper*. <http://www.nber.org/papers/w17339>
- Wahyuni, S. (2021). *Perbankan Syariah: Pendekatan Penilaian Kinerja*.
- Widyasari, Q., & Sukaris, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Haji Rtjh (Studi Pada Bank Muamalat Kcp Lamongan). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(2), 174. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15447>
- Yulianto, A. (T.T.). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah.
- Yunaida, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Produk Surat dan Paket Kantor Pos Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 688–699.