

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019–2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- BPS. (2020). Laporan Sensus Penduduk Indonesia 2020. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Wheeler, S. (2012). Digital literacies for engagement in emerging online cultures. *eLearn Center Research Paper Series*, 14-25.
- Lufna Salsabila, T., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah. *Prosiding SNAM PNJ*, 2022.
- Brous, P., M. Janssen, and P. Herder, 2018, 'Internet of Things Adoption for Reconfiguring Decision-Making Processes in Asset Management', *Business Process Management Journal*, 25 (3), hal. 495-51
- Chong, W. K., D. Bian, and N. Zhang, 2016, 'E-Marketing Services and E-Marketing Performance: The Roles of Innovation, Knowledge Complexity and Environmental Turbulence in Influencing The Relationship', *Journal of Marketing Management*, 32(1-2), hal.149-178
- Manuel, Y. (2013). Inovasi dan Dampak Jasa Iklan Berbasis Elektronik (E-Marketing). *Jurnal Jibeka*, 7(3), 65-69.
- Mardiani, I. E., & Imanuel, O. J. (2013). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media*, 4(2), 151–161.
- Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Maulana et al. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2, 146–155.
- Miftahuddin, M., & Hendarsyah, D. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis. 2019, 4(1), 13–19.

- Munajim, A. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia. *4*(1), 88–100.
- Nadhiroh, A. Y., Hasanah, I., Muhlisah, A., & Muzzayanah, D. (2022). Pemberdayaan Keterampilan Desain Grafis Bagi Mahasantri untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Peluang Usaha Baru Berbasis E-marketing. *Jurnal ADIPATI: Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Aplikasi Teknologi*, *1*(2), 1–6.
- Nagib, B., Abdullah, M. F., & Hakim, R. (2021). Determinan Pengaruh Brand Image , Fitur Layanan , Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Di Bank. *International Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)*, *1*(1), 1–9.
- Nasution, S. A., & Aslami, N. (2021). Analisa Peningkatan Minat terhadap Produk Asuransi Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(2), 254
- Nur Makmuriyah, A., & Marella Vanni, K. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking (studi kasus pada nasabah bank syariah mandiri di kota semarang). *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, *5*(1), 37–44.
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *10*(10), 859.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, *5*(2), 128–137.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, *7*(1), 25.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Mengguakan Metode AcceptANCE Model (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta) *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, *(5)2*,173

- Rahayu, M. Y., & Fitriani, A. P. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Fitur Layanan Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Di Ponorogo. *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 52–65.
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116.
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878.
- Salam, F. Y., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank Bri Syariah Kcp Cileungsi. *Paradigma*, 17(1), 38–58.
- Setiawan, daryanto. (2017). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on. *Jurnal Pendidikan*, X(2), 195–211.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61.
- Subkhan, M., & Yusli, M. (2021). 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). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 262–276.
- Sujana, A., & Rachmatin, D. (2019). Literasi Digital Abad 21 Bagi Mahasiswa PGSD: Apa, Mengapa, dan Bagaimana. *Conference Series Journal*, 1(1),
- Sutrisno, N.&Nurrahmat, S. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dalam Industri PerbankanSyariah. *Media Bisnis*, 12(1), 89–100.
- Veronika, R., Ginting, B., Arindani, D., Mega, C., Lubis, W., & Shella, A. P. (2022). Literasi Digital Sebagai Wujud Pemberdayaan Masyarakat di Era

- Globalisasi. *Jurnal Pasopati*, 3(2), 118–122.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. In *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen* (Vol. 10, Issue 2, pp. 273–284).
- Wulandari, N. P., Novandriani, N., & Moeliono, K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42.
- Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 374–383.
- Anandhita, V. H. (2017). Analisis Ekosistem TIK Indonesia yang Mendorong Perkembangan Industri Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 5(1), 49.
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(2), 280–296
- Annisa, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(01), 9.
- Anshori, A. G. (2017). Perbankan Syariah Di Indonesia: *Dialog*, 32(1), 6–19. Penggunaan Layanan Mobile Banking Di Bandung. *Bisnis Dan Iptek*, 139
- Ari Priyani, Siti Maryam, & Burhanudin A.Y. (2020). Generasi X, Y dan Z Mobile Banking. *Edunomika*, 4(02), 357–368.
- Baharuddin, S. R. (2023). Pengaruh Identitas Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek Pada Bank Muamalat Cabang Pembantu Kolaka. *I(4)*, 122–135

- 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 Keuangan*, 4(11), 4971–4982
- Darmadi, Nur, Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). *Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha*. 1–4.
- Fandi, A. (2019b). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.
- Hague, S., & Payton, S. (2011). Digital literacy across the curriculum. *Curriculum & Leadership Journal*, 9(10), 1-10. *Curriculum & Leadership Journal*, 10(1),33.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, J. (2019). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. In *Pustaka Ilmu*, 162. (Vol. 19, Issue 1).
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2020). Strategi Pengembangan Digital Marketing, Orientasi Ekuitas Merk, Marketing Intermediaris dan Kinerja Pemasaran di Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 163.
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). P *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144.
- Joni, Rahmah Yulianti, C. H. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan mobile banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh). 2022, 4(2), 56–63.
- Kaharuddin. (2019). Kesadaran Merek Dan Minat Terhadap Produk Syariah Pada Pt. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga. *Jurnal Akrab Juara*, 4(4), 194–200.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran: Alih Bahasa Alex Sindoro. In *Dasar-Dasar Pemasaran : Alih Bahasa Alex Sindoro*. (Vol. 9, Issue 2, pp. 455–461).

- Liarsari, V., & Nuroh, E. Z. (2018). Realitas Penerapan Literasi Digital bagi Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Proceedings of The ICECRS*, 1(3), 241–252.
- Lim, R., & Lady, Lady. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 941–947.
- Lubis, B., & Mulianingsih, S. (2019). Keterkaitan Bonus Demografi dengan Teori Generasi. *Jurnal Registratie*, 1(1), 21–36.