

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Agustianti, R., Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A. ni, Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikham, F. (2022). Metode penelitian kuantitatif & kualitatif. In *Tohar Media* (Issue Mi).
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83.
- Ahmad Munajim. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Pada Produk Perbankan Syariah*. 2507(February), 1–9.
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15.
- Amin Muftiadi. (2022). Studi kasus keamanan jaringan komputer: analisis ancaman phishing terhadap layanan online banking. *Hexatech: Jurnal Ilmiah Teknik*, 1(2), 60–65.
- Anggita, E. D., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). Analisis Structural Equation Modelling Pendekatan Partial Least Square Dan Pengelompokan Dengan Finite Mixture Pls (Fimix-Pls) (Studi Kasus: Kemiskinan Rumah Tangga Di Indonesia 2017). *Jurnal Gaussian*, 8(1), 35–45.
- Ani Triani, H. M. (2019). Peningkatan Pengalaman Keuangan Remaja Untuk Literasi Keuangan Syariah Yang Lebih Baik. *I-Finance*, 05(01), 9–22.
- Anndafah, M. U. (2022). Penggunaan Digital Marketing di PT Bank Syariah Indonesia dengan Pendekatan Search Engine Optimization(SEO). *Journal of Islamic Economis*, 1, 1–17.
- Any Tsalasatul Fitriyah, N. R. (2023). *Digital Platform, Financial Literacy and Motivation on Generation Z's Decision to Invest in Islamic Stocks: A Structural Equation Modelling Analysis*. 3(2), 112–126.
- Arya Pering, I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48.
- Batubara, S., & Hutagalung, M. W. R. (2020). Produk dan Akad-akad Perbankan Syariah. *Nahdatul Iqtishadiyah Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 1–17.
- Boga, R. (2023). Transaksi Riba Dengan Pendekatan Tafsir Al Quran Surah Ali-Imran (3) Ayat 130. *Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1, 41–47.

- 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.
- Damayanti, R., Nurhidayah, & Priono, A. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Trus Dan Image Terhadap Behaviour Intention To Use Fintech (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 27–41.
- Darwin, M., & Umam, K. (2020). Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling. *Nucleus*, 1(2), 50–57.
- Digitalbisa.id. (2021). *Apa Itu Digital Platform?*
- Fathoni, M. A., Faizi, & Sari, R. (2023). Determinasi Pembelian Makanan Halal Melalui Platform Digital: Kesadaran Halal Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 46.
- Fathurrahman, A., & Fadilla, J. (2019). Peranan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Modal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Al-Tijary*, 5(1), 49–58.
- Fatmawati, E., & Hayati, B. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Brand Image Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Syariah *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 9(01), 1023–1033.
- Furnawati;, R., Ferawati;, R., & Mubyarto;, N. (2022). Pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(4), 2684–7868.
- Garaika, D. (2019). *Metodologi Penelitian*.
- Goodstats.id. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*.
- Hair, J., Hult, T., Christian, R., & Marko, S. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage Publications*.
- Hamidah, S. A. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Dan Brand Image Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021)*.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33.

- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28.
- 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 Islam Zainul Hasan (Unzah) Genggong. 1(360), 842178.
- Husni Shabri. (2022). Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia. *El-Kahfi | Journal of Islamic Economics*, 3(02), 1–7.
- Ira Nur Hidayah, Nur Fadhilatur Rohmah, M. S. (2021). Effectiveness Of Digital Platforms As Food And Beverage Marketing Media During The Covid-19 Pandemic. 2(2), 122–130.
- Isnaeni, P., & Ratieh, W. (2020). Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144.
- Katadata.co.id. (2022a). Ada 5 Ribu Serangan Phising Terjadi di RI pada Kuartal II-2022, Ini Lembaga yang Paling Banyak Diincar.
- Katadata.co.id. (2022b). Literasi dan Inklusi Keuangan Warga Indonesia Meningkat pada 2022.
- Katadata.co.id. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023.
- Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(3), 46.
- Kominfo.go.id. (2021). Dirjen Aptika: UU ITE Buat Ruang Digital Kondusif.
- Kompas.com. (2022). Gap Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Turun pada 2022 Jadi 35,33 Persen.
- Kyla, K. (2023). Pengaruh Lifestyle, Islamic Branding Dan Socisl Media Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Bank Aladin Syariah di Jabodetabek.
- Lestari, T. A., Sugianto, & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Social Media Influence Marketing, dan Layanan Mobile Banking terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Unversitas Islam Negeri Sumatera Utara Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia.

- Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 129–138.
- Mahargiyantie, S. (2020). Peran Strategis Bank Syariah Indonesia dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. *Al - Misbah*, 1(2), 83–94.
- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik Dengan SmartPLS. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–34.
- Mustofa, N. H., & Wati, W. W. (2021). Analisis Pengaruh Memutuskan Menabung dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 56–68.
- Nasrun, R. : R. V. I. S. (2021). Peran Perbankan Syariah Terhadap Umkm Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kc Medan). *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 1(1), 7–12.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2023). *Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM*. 11(3).
- Niswatun, E. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Literasi Keuangan Syariah, Dan Shariah Governance, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *AL HUKMU: Journal of Islamic Law and Economics*, 01.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 /POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 53(9), 1689–1699.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 16 /POJK.03/2022 Tentang Bank Umum Syariah. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 73, 1–6.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2020). Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 731.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
- 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.

- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332.
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214.
- Setiawan, S. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 240–251.
- Sidik Prianda, D. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- 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.
- Sugiyono. (2010a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2010b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Susanti, V. R., & Febriyantoro, M. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Pada Era Cashless Society. *Jurnal Fortunate*, 1, 1–9.
- Sutanti, R. H., & Markoni. (2023). Perlindungan hukum terhadap kejahatan phising pada channel e-banking melalui transfer virtual account (studi kasus pada pengguna internet banking). *Jurnal Penelitian Bidang Hukum Universitas Gresik*, 12(3), 923–938.
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3310–3316.
- Tiyas, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Berbasis Islam di Purwokerto). *Skripsi*, 1–127.
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah. *Jurma : Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 158–171.

- Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah dan Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Kediri di Kota Kediri. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 5(1), 1–23.
- Wulandari, D. (2023). Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 3085–3092.
- Yuliastuti, L. M., & Susila, G. P. A. J. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 22.
- Zega, N. M. S., Barus, R. H. B., & Sinaga, A. H. (2021). Analisis Efisiensi Usaha Anggrek Bulan (*Phalaenopsis Amabilis*) Di Desa Limau Manis , Kecamatan Tanjung. *Jurnal Agribizda*, 5(2), 118–125.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
- Zubaidi, A. ; S. (2023). *The Influence Of Lifestyle , Brand Image , Price , And Facilities On Millennial Generation Preferences In Islamic Banks (Study In The South Tangerang Region) Pengaruh Lifestyle , Brand Image , Harga , Dan Pada Bank Syariah (Studi Pada Wilayah Tangerang*. 7(1), 67–84.