

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika, N. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Deepublish.
- Alserhan, B. A. (2010). On *Islamic branding: Brands As Good Deeds*. *Ssrn Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4001857>
- Alserhan, B. A. (2016). *The Principles Of Islamic Marketing*. Crc Press.
- Anggraeini, L. (2020). Dinamika Ekonomi Dan Perdagangan Orang Banjar Pada. *Jurnal Uniska*.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Asri, K. H., & Rahmat, F. M. (2022). Digitalization Of Islamic Banking In The Vuca Era. *Alif*, 1(1), 27–36. <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.711>
- Beregovskaya, T. A., & Grishaeva, S. A. (2020). Generation Z: Consumer Behavior In Digital Ecosystem. *Vestnik Universiteta*, 0(1), Article 1.
- Bps. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://demakkab.bps.go.id/news/20/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2021). *Brand, Islamic branding, & Re-Branding - Rajawali Pers*. Pt. Rajagrafindo Persada.
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). *The Digital Transformation Of The Banking Industri*.
- Cupian, Valentino, U., & Noven, S. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Z: Studi Kasus Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02). <https://doi.org/10.2904/jiei.v8i2.5299>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. Deepublish.
- Ernayani, R. (2023). Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui *Islamic branding* Dan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8484>
- Fitriya, E. (2017). Analisis Pengaruh *Islamic branding* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk. *Jiai (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.32528/jiai.v2i1.1422>
- Galazova, S. S., & Magomaeva, L. R. (2019). The Transformation Of Traditional Banking Activity In Digital. *International Journal Of Economics And Business Administration*, Vii (Special Issue 2), 41–51. <https://doi.org/10.35808/ijeba/369>

- Hafni, L., Renaldo, N., Chandra, T., & Thaeif, I. (2020). The Use Of Regression Models With Supply Chain Management To Increase Financial Satisfaction Of Generation Z. *International Journal Of Supply Chain Managemen*, 9(5).
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi)* (1 Ed.). Kencana.
- Humas. (2022). Profil Kota Banjarmasin. *Website Pemerintah Kota Banjarmasin*. <https://www.banjarmasinkota.go.id/p/profil-kota-banjarmasin.html>
- Isnaini, D. (2020). Relevansi Religiusitas Dengan Perilaku Konsumsi. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 111. <https://doi.org/10.29300/Aij.V6i1.2860>
- Kemenkeu Ri. (2022). *Digital Banking* [Pemerintah]. Kemenkeu Ri Ditjen Perbendaharaan Direktorat Pkn. <https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat//pkn/id/odading/2919-digital-banking.html>
- Kotler, P., Armstrong, G., Bob, & Sabran. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (12 Ed.). Erlangga.
- Kumar, R. (2018). *Research Methodology: A Step-By-Step Guide For Beginners*. Sage.
- Nasrullah, M. (2015). *Islamic branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*. *Jurnal Hukum Islam*, 13(2), 79–87. <https://doi.org/10.28918/Jhi.V13i2.487>
- Ojk. (2022a). *Digital Banking: Permudah Akses Layanan Perbankan Di Masa Pandemi.: Sikapi* :: [Htps://sikapiuangmu.ojk.go.id/frontend/cms/article/40702](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/frontend/cms/article/40702)
- Ojk. (2022b). *Strategy And Innovation In Strengthening Islamic Financial Product Branding*. <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/en/capacitybuilding/upcoming/766/strategi-dan-inovasi-dalam-memperkuat-branding-produk-keuangan-syariah>
- Ojk. (2022c). *Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital* :: *Sikapi* :: [Pemerintah]. [Sikapiuangmu.https://sikapiuangmu.ojk.go.id/frontend/cms/article/40774](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/frontend/cms/article/40774)
- Ojk. (2023). *Memperkuat Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah*. <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1340/memperkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah>
- Prakash Yadav, G., & Rai, J. (2017). The Generation Z And Their Social Media Usage: A Review And A Research Outline. *Global Journal Of Enterprise Information System*, 9(2), 110. <https://doi.org/10.18311/Gjeis/2017/15748>
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2019). *Peran Kesadaran Merek Halal Pada Perilaku Konsumen (Kajian Konsep Baru Pada Produk Konsumsi Halal)*. Um Purwokerto Press.

- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. Gramedia Pustaka Utama.
- Resources, M. A., Information. (2018). *Digital Marketing And Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, And Applications: Concepts, Methodologies, Tools, And Applications*. Igi Global.
- Sari, S. I. (2020). *Pengaruh Islamic branding Dan Islamic Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Sunsilk Hijab Pada Masyarakat Kota Pekanbaru*. Uin Suska Riau.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. Iocs Publisher.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Temporal, P. (2011). *Islamic branding And Marketing: Creating A Global Islamic Business*. John Wiley & Sons.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Warsito, C., Solikhin, I., & Farhah, N. U. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*. Cv Literasi Nusantara Abadi.
- Winasis, S., Riyanto, S., & Ariyanto, E. (2020). Digital Transformation In The Indonesian Banking Industri: Impact On Employee Engagement. *International Journal Of Innovation*, 12(4).
- Yusuf, M., & Komarudin, P. (2022). Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2).