

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/eprint/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf>
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i1.7259>
- Adiningsih, S. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Aeni, N. (2020). Effect Of Product Quality, Prices And Places On Purchase Decisions. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(1), 391–398.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), Article 1.
- Anastasye Lotte, L. N., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Sri Syabanita, E., Pandowo, A., Herdiansyah, D., Mulyati, & Santosa, A. D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Annur, C. M. (2023, Februari 1). *Literasi Digital Indonesia Naik pada 2022, tapi Budaya Digital Turun / Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/literasi-digital-indonesia-naik-pada-2022-tapi-budaya-digital-turun>
- Ayuni, A., Amanda, S. N. S., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Continuance Usage Intention Platform DANA Dompot Digital oleh Generasi Y dan Z. *Jurnal Sains Pemasaran*

- Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(3), 196–211.
<https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.196-211>
- Beranda UIN Antasari Banjarmasin*. (2023). Situs Resmi UIN Antasari.
<https://www.uin-antasari.ac.id/>
- Bungin, Prof. Dr. H. M. B. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PRENAMEDIA GROUP.
- Coryanata, I., Ramli, E. H., Puspita, L. M. N., & Halimatusyadiah, H. (2023). Digitalization of Banking and Financial Performance of Banking Companies. *International Journal of Social Service and Research*, 3(2), 366–371. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i2.254>
- Cupian, C., 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(2), Article 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>
- 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), Article 11. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>
- Digital Transformation Indonesia, N. (2023, Maret 31). 10 Daftar Bank Digital Indonesia yang Dapat Anda Gunakan. *DTI*. <https://digitaltransformation.co.id/daftar-bank-digital-indonesia/>
- Djaali, & Muljono, P. (2008). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Grasindo.
- Fadli, Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.35335/mantik.v6i2.2811>
- Faroh, W. N. (2017). *Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian*. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1068485&val=16020&title=ANALISA%20PENGARUH%20HARGA%20PROMOSI>

%20DAN%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN

- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee): *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2330>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hasanuddin, I. I. (2015). Pengaruh Citra Merek Islam terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (studi kasus pada Bank Syariah di Kota Bandung). *SCIENTICA*, II No.2.
- 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), Article 1. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.994>
- Karyawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal*, 3 No.3.
- Khasanah, C. I., & Mustofa, N. H. (2022). Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat dan Keputusan Nasabah Menabung. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.104.93-111>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *PRINCIPLES OF MARKETING, TWELFTH EDITION*. Erlangga.
- Kurniawati, D., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 14(No.2). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=190241&val=6468&title=PENGARUH%20CITRA%20MEREK%20DAN%20KUALITAS%20PRODUK%20TERHADAP%20KEPUASAN%20DAN%20LOYALITAS>

ALITAS%20PELANGGAN%20Studi%20pada%20Pelanggan%20KFC%
20Cabang%20Kawi%20Malang

Laksono, T. A. (2021). Isyarat-isyarat Manajemen Mutu Pendidikan Dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.38>

Mukhofifah, U. A. (2022). *Penerapan literasi digital dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik pada mata pelajaran ski di MAN 5 Kediri*. <http://etheses.iainkediri.ac.id/5599/>

Nisa, A. K. (2018). *PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN E-BANKING TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)* [Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/4412/>

Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7102>

OJK. (2022, Oktober). *Transformasi Digital Perbankan: Wujudkan Bank Digital* .: SIKAPI .: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40774>

\nPermata, A. U. A. A. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Ride Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Iain Kediri Angkatan Tahun 2015)* [Undergraduate, IAIN Kediri]. <http://etheses.iainkediri.ac.id/1594/>

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), Article 2. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>

Putra, I. G. W. S. C., & Ginting, J. A. (2022). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v10i2.52470>

- Rifa'i, K. (2020). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. <http://digilib.uinkhas.ac.id/693/1/BUKU%20MEMBANGUN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20OLEH%20Dr.%20KHAMDAN%20RIFA%E2%80%99I%2C%20SE.%2CM.Si.pdf>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizal, C., Rosyidah, U. A., Yusnanto, T., Akbar, M. R., Hidayat, L., Setiawan, J., Ilham, A., Yunus, R., Wardhani, A. K., Rahajeng, E., Aloysius Nay, F., Irawan, J. D., Muflihah, Y., Asari, A., & Novita, Y. (2022, Juni). *Literasi Digital*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=q-B1EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=literasi+digital+dan+bank+digital+pada+generasi+Z&ots=Sv6N2qiV2N&sig=S2A4Ce8N7hNU7lb-tloVu_JlnPU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rosyadi, G. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Eiger di Kudus* [Skripsi, IAIN KUDUS]. <http://repository.iainkudus.ac.id/8074/>
- Rudy Irwansyah, Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Prambudi Utomo, K., Barizki, A., Sri Lestari, A., Setyo Rahayu, D. W., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sahir, S. H. (2002). *Metodologi Penelitian*. KBM INDONESIA.
- Sawhani, D. K. (2015). *Pengaruh Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian onlien oleh konsumen zalora di jakarta*.
- Sejarah Singkat – Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin*. (t.t.). Diambil 22 Desember 2023, dari <https://fdk.uin-antasari.ac.id/index.php/latar-belakang-2/>
- Sejarah UIN Antasari Banjarmasin*. (t.t.). *Situs Resmi UIN Antasari*. Diambil 22 Desember 2023, dari <https://www.uin-antasari.ac.id/sejarah-uin-antasari/>
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *WINTER JOURNAL: IMWI STUDENT RESEARCH JOURNAL*, 1(1), Article 1.

- Suardi, D. (2021). MAKNA KESEJAHTERAAN DALAM SUDUT PANDANG EKONOMI ISLAM. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 321–334. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i2.180>
- Subardi, L. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN DIGITAL DI BANK SUMSEL BABEL CABANG PRABUMULIH. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i2.475>
- Sugiyono, Prof. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (kedua). ALFABETA, cv Bandung.
- Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif Social Studies*. Feri Sulianta.
- Sundari, F., Purba, P. Y., Winata, T., Felix, & Wijaya, W. (2021). Effect Of Price, Location, And Promotion On Purchasing Decisions At Sam City. *Jurnal Mantik*, 5(1), Article 1.
- Syarief, F., Kurniawan, A., Dwanita Widodo, Z., Rimayanti, H. N., Siregar, E., Isabella, A. A., Fitriani, Kairupian, D. J. I., Hasrudy Siregar, Z., Zamrodah, Y., Jahri, M., Gede Suarjana, I. W., & Salmia. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Visi, Misi dan Tujuan UIN Antasari. (t.t.). *Situs Resmi UIN Antasari*. Diambil 22 Desember 2023, dari <https://www.uin-antasari.ac.id/visi-misi-dan-tujuan-uin-antasari/>
- Yuliana, A. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK DAN JASA DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PANCOR*.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika (Teknik dan Aplikasi dengan SPSS)*. Mandala Press Anggota APPTI-Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/203>