DAFTAR PUSTAKA

Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, *2*(2). https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792

Aiman, U., Abdullah, K., Jannah, M., Hasda, S., Fadilla, Z., Masita, Taqwin, Sari, M. E., & Ardiawan, M. K. N. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.

Aprilya, N. W., Parakkasi, I., & Sudirman. (2024). Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam. *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah*, *7*(2).

Arifin, Z. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Azkia Publisher.

Basmantra, I. N., Ayu, I., & Purwita, I. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pengguna Mobile Learning (Ruang Guru) di Industri 4.0. *Ekonomi Dan Bisnis*, *9*(2).

BMI. (2026). *Tentang Muamalat Sejarah*. Bank Muamalat Indonesia. https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/sejarah

Farida, B. S., & Mahfud, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, *2*(2). https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1751

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Ria Rahmatul Istiqomah, R. A. F., & Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *CV. Pustaka Ilmu Group* (Vol. 5, Issue 1).

Hartinah, Y., Maulana, L. H., & Sudarijati. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian UMKM Nagief Toys Kampung Boneka Bogor. *Karimah Tauhid*, *2*.

Hasanah, U., Fitriani, N., & Hana, K. F. (2022). Analisis Penerapan Sharia Compliance Pada Produk Pembiayaan KUR Mikro di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus. *Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, *4*(2).

Ilmi, V. A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa Generasi Z Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Pemanfaatan Bank Syariah Indonesia*. UIN K.H Achmad Shiddiq Jember.

Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing

di Perusahaan Cipta Grafika. *Economica, 2*, 1970–1978.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reabilitas dengan menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*.

Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal*, *3*(3).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th (ed.)). pearson education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition* (15th ed. G). Pearson Education Limited.

Musnaini, Suherman, & Wijoyo, H. (2016). Digital Marketing. In *CV. Pena Persada*

OJK. (2024). *Siaran pers bersama OJK dan BPS umumkan hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.

OJK. (2025). *Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024*.

Oktaviani, V. P., Suci, R. P., Zulkifli, & Hermawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Customer Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Perumahan Graha Singhajaya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *2*(1). https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/2551

Purwanto. (2019). Variabel Dalam Pendidikan. *Teknodik*, *10*(18). https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554

Ramadhani, A. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Madiun Agus Salim*. IAIN Ponorogo.

Sari, A. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus: Mahasiswa Febi Uin Walisongo Semarang Tahun 2019-2022 Pengguna Produk Bank Syariah Indonesia).*

Setiawan, A. (2024). *Statistik Untuk Penelitian* (H. Candra (ed.)). Pusat Penerbitan STIE Ganesha.

Silviah, S., Lutfianti, W. H., & Firmansyah, R. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Online pada E-Marketplace di

Indonesia. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *7*.

Solechah, A. R. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat Umkm Kecamatan Depok)*. UIN Raden Mas Said Surakarta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Iradat, M. I., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (M. Asdar (ed.)). Lajagoe Pustaka.

Sukamawati, A. S., Rusmayadi, G., Amelia, M. M., Hikmah, Rumata, N. A., Chatra, A., Abdullah, A., Sari, A., Hulu, D., Wikaningtyas, R., Munizu, M., & Sa'dianoor. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Penerapan Praktis Analisis Data berbasis Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Wahyu, F., Efendi, A., & Trimulato. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di BSI Kcp Pettarani Makasar. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, *1*(2).

Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Binus University Quality Management Center.

Wijaksono, D. B., Gaby Jeisy, L., & Chairunissa, R. (2022). Pengaruh Citra Merek dalam Pembentukan Loyalitas dan Minat Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, *19*(2). https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v19i2.460

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki (ed.)). PT Kimshafi Alung Cipta.

Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Oktavy Budi Kusumawardhani, R. M., Linggi, A. I., & Fadilah, dan H. (2020). Teori,Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *WIDINA MEDIA UTAMA* (Vol. 7, Issue 2).