

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A, W. K., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Adah, M. (2022). Aplikasi Akad Musyarakah Mutanaqisah Dalam Pembiayaan Online Pada Fitur Mitraguna Bank Syariah Indonesia Mobile. 2(2), 139.
- Afriyanti, N. (2021). *Theory of Planned Behavior Mendeteksi Intensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. CV. Brimedia Global*.
- Alimbudiono, R. S. (2019). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan. In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents. Jakad Media Publishing*.
- Basuki, H. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Kewirausahaan Generasi*
- Budi Darma. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). In Guepedia*.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad Media Publishing.
- Cen, C. C. *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Dahlawy, R. C. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding-Rajawali Pers*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, A., & Ajeng, G. (2021). *Bagaimana Peran Tata Perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Pengungkapan Resiko, Efisiensi Investasi?.* Penerbit Adab.
- Gemala, D. (2008). *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan & Perasuransian Syariah Di Indonesia Ed 3*. Kencana
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Indiyah, S. I. H., Kom, S., Kom, M., Sudiasmo, F., & Sos, S. (2020). *Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. Jakad Media Publishing.
- Iwan, A., Muntholib, H., & Risnita, M. P. (2021). *Manajemen Public Relations*

- Analisis Citra Perguruan Tinggi Keagamaan Islam*. Penerbit Lakeisha.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kartini, Y. (2020). *Media Sosial Dan Produktivitas Kerja Generasi Milenial*. Guepedia. Hal 49.
- Kraugusteeliana, et al. (2022). *Governansi Digital*. Media Sains Indonesia.
- Kurnia, I., Lestyaningrum, M., Trisiana, A., Safitri, D. A., & Pratama, A. Y. (2022). *Pendidikan Global Berbasis Teknologi Digital Di Era Milenial*.
- Kusuma, P. P. D., Ekawati, N. W., & Yasa, N. N. K. (2022). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Niat Beli*. Penerbit Lakeisha.
- Kusumastuti, A., Khoiron, M. A., & Acyadi, A. T. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Modding, B., Ashoer, M., & Basalamah, J. (2022). *Esensi Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Muhammad Kurniawan. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)*. In *Jakarta: Kencana*.
- Mujib, F., & Saptaningsih, T. (2021). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. Hal 19.
- Nugraha, B. (2022). *Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. *Pengembangan Uji Statistik*, Hal 32.
- Ovan, & Andika, S. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web - Ovan*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Warsito, C., Solikhin, I., & Wibisono, D. D. (2022). *Membranding Bank Syariah Melalui Citra, Standarisasi dan Niat Merekomendasikan*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rachmadi Usman. (2012). *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Sopiah, E. M. S. (2016). *Salesmanship (kepenjualan)*. PT. Bumi Aksara. Hal 5
- Syafi'i Antonio, M. (2021). *Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani.
- Wahyanto, T., & Sidabutar, S. (2020). *Strategi Retensi Talenta Dengan Mengelola People Equity*. Jifatama Jawara.
- Basuki, M. (2021). *Praktik Manajemen Sumberdaya Manusia Strategik Terhadap Kinerja Organisasi di Rumah Sakit*. Media Sains Indonesia.
- Wangawidjaja, Z. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. PT. Penerbit Ipb Press.

Zebua, M. (2021). *Bangun Pariwisata*. Guepedia.

Jurnal

Ramli, Y., Harwani, Y., Soeltoni, M., Hariani, S., Usman, F., & Rohman, F. (2021). The implication of trust that influences customers' intention to use mobile banking. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 353-361.

Mustikawati, F., & Rachmah, I. A. I. (2016). Analisis Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mc Donal Veteran Gresik,

Resty, N. N. H., & Hidayat, A. (2021). Factors Affecting Millennial Customers' Savings Intention in Islamic Banks. *European Journal of Business and Management Research*, 6(4), 116-122.

Mulazid, A. S., Fadilah, L., & Sesunan, Y. S. (2018). The Effect of Marketing Mix, Brand Image, and Service Quality on Customer Loyalty In Bank BNI Syariah. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 2(2), 127-136.

Susanto, R. J. (2017). Analysis of internet banking applications and mobile banking on the level of banking service quality. *International Journal of Business, Economics and Law*, 12(3), 32-39.

Hilmi, A. F., Rinaima, C. A., & Arini, I. Z. Overview Of BSI Digitalization In Creating A Healthy Competitive Market By Optimizing Existing State-Owned bank Customers.

Soemitra, A., Muda, I., Abdullah, I., & Lubis, A. W. (2022). Integration Model Theory of Planned Behavior (TPB) and Technology Acceptance Modal (TAM) in Analyzing Muslim Interest in Donating through Digital Banking (BSI Ziswaf Sharing Application Study). *International Journal Of Global Economics and Finance (IJGEF)*, 1(2), 70-76.

Amaliyah, H., & Hartono, D. (2022). Impact of Digital Shariah Banking Systems on Cash-Waqf amongst Muslim Millennials. *Budapest Int. Res. Critics Inst.*

Octavia, R., & Lesmana, A. Y. (2022). The Role of Customer Brand Engagement and Brand Satisfaction in Digital Banking in Lampung. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 5(1), 44-57.

Prasetia, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Impact of web design, assurance, customer service and brand image on intention to adopt internet banking and customer loyalty at Bank Central Asia (BCA). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 4(01).

Afandi, R. F. (2021). Pengaruh Digitalisasi, E-CRM, Coorporate Image Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia

Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Eks BRI Syariah).

- Al Athar, M. D., & Al Arif, M. N. R. (2021). The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 5(1), 38-47.
- Amanah, D. (2011). *Keuangan Dan Bisnis*. Jurnal Keuangan dan Bisnis. 3(3), 211–233.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Febrianti, D., Hidayah, S. L., Abdullah, & Lawita, N. F. (2021). Penerapan Basis Data pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3686–3693.
- Ilyas, R. (2018). Manajemen Permodalan Bank Syariah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 323.
- Indriani, A. (2020). Analisa Perbandingan Metode Naïve Bayes Classifier Dan K-Nearest Neighbor Terhadap Klasifikasi Data. *Sebatik*, 24(1), 1–7.
- Khasanah, I. H. (2021). Pengaruh Digitalisasi Produk, Brand Image dan Lokasi terhadap Intensi Generasi Millennial Menggunakan Jasa Keuangan Di Lembaga Keuangan Syariah.
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). *Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital*. *Eqjen: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 15–22.
- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39–54.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.
- Najib, M. A. (2017). Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(1), 15–28.
- Nasir, A. T., Fatwa, N., & Hannase, M. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29-45.
- Nuha, A. (2017). *Populasi Dan Sampel*. Pontificia Universidad Catolica Del Peru, 8(33), 44.
- Nurfalah, I., & Rusydiana, A. S. (2019). Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif: Kerangka Maqashid Syariah. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(1), 55.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Racmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20.
- Rakhmah & Wahyuni. (2016). Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1).
- Rikho, B. M. (2022). Pengaruh Digitalisasi, Pendidikan dan Pengetahuan Atribut Produk Terhadap Pembukaan Rekening Tabungan Bank Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Sa'adah, L., Rahmawati, I., & Aprilia, D. (2022). Pengaruh Kompensasi, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Keputusan Kerja Karyawan: Studi Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang Iqtishad, *equity Jurnal Manajemen*, 4(1), 55.
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.
- Samsuri. (2022). Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Rogojampi. *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 039–053.
- Sudarso, A., Kurniullah, A. Z., Halim, F., Purba, P. B., Dewi, I. K., Simarmata, H. M., Purba, B., Sipayung, R., Sudirman, A., & Manullang, S. O. (2019). Manajemen Merek. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Susanti, D., & Lubis, H. (2021). Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Generasi Milenial di Era Digital. *Problems of Endocrine Pathology*, 2(2), 57–64.
- Syamia, E. N., & Ridwan, F. T. (2022). Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Tangerang (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Karawaci). *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman Kuningan*, 3(2), 112-128.
- Werdi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16.
- Yusli, M. S., 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). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 262–276.

- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Maharani, D., & Yusuf, M. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Transaksi Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Aktivitas Ekonomi Halal. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 131-144.
- Ramadhani, S., & Indra, A. P. (2022). Upaya Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kegiatan Canvassing Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Marelan. *Center of Knowledge: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 209-215.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh manfaat, modal, motivasi dan edukasi terhadap minat dalam berinvestasi di Pasar Modal. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 178-190.

Skripsi

- Anggraeni, T. N. (2021). *Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk: Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Auliya, R. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Informasi Produk, Dan Pelayanan Bank Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah (*Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung*). 53(9), 1689–1699.
- Kartika, D. (2017). Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah Atas Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Surakarta Angkatan 2014-2016. *Skripsi, IAIN Surakarta*.
- Dennis, Eka. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Depok. (*Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*).
- Fabiana, M. F. (2019). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan Mobile Banking (*Studi Empiris pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu*).” 11–32.
- Helmi, N. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Asuransi Syariah (Studi Pada PT. Asuransi Takaful Cabang Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Indrika R. (2019). (*Optimalisasi Produk Bank Syariah Dalam Menghadapi Digital Banking (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kota Palopo)*). 6(1), 71.
- Maisyaroh, S. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Mitra Cemawis mandiri Cerme-Gresik. 17–29.

- Nurul Habibi. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing, Word Of Mouth dan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah. *26(2)*, 173–180.
- Rachmatullah, D. P. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan menabung di Bank Syariah*. 1–146.
- Rizky Yudha. (2015). Analisis Pengaruh Brand Image dan bauran Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (*Studi Pada Nasabah Tabungan Britama Cabang Malang*).
- Saputri, R. E. (2022). Pengaruh Produk, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Pada Generasi Z Di Kabupaten Tulungagung. 15–35.
- Wijaya, S. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Nokia. *5(3)*, 248–253.
- Erawan, H. (2015). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Intensi Turnover Pada Karyawan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

Website

- Otoritas Jasa Keuangan, (2013). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>
- Bank Syariah Indonesia. *Sejarah Perseroan*.
https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Bank Syariah Indonesia. *Digital Banking*.
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking>