

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. [www.bening-mediapublishing.com](http://www.bening-mediapublishing.com)
- Agianto, R. (2022). a Pengaruh Interpersonal Skill Pada Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Erigo. *Journal Media Public Relations*, 2(1), 14–22. <https://doi.org/10.37090/jmp.v2i1.543>
- Aisyah, N., Ridwan, R., Huda, H., Faisal, W., & Muawanah, H. (2022). Effectiveness of Flash Card Media To Improve Early Childhood Hijaiyah Letter Recognition. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), 3537–3545. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2097>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Budi, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosia Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 3–9.
- Cupian, Ugi Valentino, S. A. N. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688. <http://dx.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), 4971–4982. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>
- Danda, E. (2022). *Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Generasi Z (Kajian Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry*. 8.5.2017, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 44–56. <https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297>
- Dharma Adhinata, F., Putra Rakhmadani, D., Wibowo, M., & Jayadi, A. (2021). A Deep Learning Using DenseNet201. 9(1), 115–121.
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>
- fauzan Habieb. (2022). Pengaruh citra meerek, promosi meia sosisal dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian di bank muamalat indonesia

(Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat di Tangerang Selatan ). In  $\gamma\tau\delta\tau$  (Issue 8.5.2017).

Febri Herawati, A., Yusuf, M., Cakranegara, A., Sampe, F., Haryono, A., Pandu, ), Tadulako, U., Stia Bandung, ), Atma, U., Makasar, J., Stsip Bina, ), & Martapura, M. (2022). Social Media Marketing in the Promotion of Incubator Business Programs. *Jurnal Darma Agung* 30.2 (2022): 623-633, 30(2), 623–633.

Fitri Nur Chasanah. (2024). *Pengaruh fitur, kemudahan penggunaan mbanking dan kepercayaan terhadap minat generasai z bertransaksi secara online di desa Kerik Magetan.*

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haq, H. (2022). Pengaruh Media Social Marketing, Kepercayaan Dan Perilaku Generasi Z Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Tangerang Selatan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Intani, I. D., & Sawitri, D. R. (2023). Hubungan antara Dukungan Sosial Guru Bimbingan Konseling dan Adaptabilitas Karir pada Siswa Kelas XII di SMA Negeri 1 Cilacap. *Jurnal EMPATI*, 12(5), 368–375. <https://doi.org/10.14710/empati.2023.27563>

Lailiah, I. (2021). Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking Dan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Syariah KCP Magetan. *I*, 1–101.

Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, H. L. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, Volume 10(April), 12. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1>

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 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 129–138. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/6143/2878>

Liani, D. A., Fikry, M., & J. Hutajulu, M. (2020). Analisa Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Situs Detik.com. *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*, April 2020, 34. <https://doi.org/10.24843/jim.2020.v08.i01.p04>

Maharani, A., & Farhan Saputra. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i1.84>

- Maharani, N., & Kartini, K. S. (2019). Penggunaan google classroom sebagai pengembangan kelas virtual dalam keterampilan pemecahan masalah topik kinematika pada mahasiswa jurusan sistem komputer. *PENDIPA Journal of Science Education*, 3(3), 167–173. <https://doi.org/10.33369/pendipa.3.3.167-173>
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Milda Handayani, M. R. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>
- Muchamad Bagus Satrio Wibowo, & Muhammad Iqbal. (2022). Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 93–106. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2795>
- Muhammad Asprizal, Citra Resita, R. A. (2022). ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran pengaruh media musik. *JSPEED*, 5, 63–78.
- Muhammad Rais, Himmatul Khairi, & Faisal Hidayat. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls*. Pascal Books.
- Nasution, M. I. P., Nurbaiti, N., Nurlaila, N., Rahma, T. I. F., & Kamilah, K. (2020). Face Recognition Login Authentication for Digital Payment Solution at COVID-19 Pandemic. *2020 3rd International Conference on Computer and Informatics Engineering, IC2IE 2020, February*, 48–51. <https://doi.org/10.1109/IC2IE50715.2020.9274654>
- Novani, F., R, K., & Khairunnisa. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Jumlah Nasabah Menabung Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 102–113. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i1.252>
- Novi. (2011). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan Layanan Mobile Banking*. 53(9), 167–169.
- Nurullah, A. (2022). *Pengaruh pengetahuan, sosial media marketing, dan religiulitas terhaap minat gen z membuka rekening online (Studi Pada Gen Z Kalangan Pelajar Wilayah DKI Jakarta)*.

- Nusaibah, U. (2023). Digitalisasi Ekonomi Syariah di Kalangan Generasi Z Untuk Peningkatan Literasi Keuangan Syariah (Studi Kasus Mbanking BSI). *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 12(1), 12–22. <https://doi.org/10.24269/mjse.v12i1.6695>
- Pipit Fitriyani. (2018). Pendidikan Karakter Bagi Generasi Z. *Knappptma Ke-7*, 307–314. <http://www.appptma.org/wp-content/uploads/2019/08/34.-Pendidikan-Karakter-Bagi-Generasi-Z.pdf>
- Pratiwi, D. N., Dewi, F. P., & Ayuningtyas, V. (2022). Financial Technology (FINTECH): Generasi Z dan Generasi Milenial. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 4(September), 1–8. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3593>
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Rahayu, M. Y., & Fitriani, A. P. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Fitur Layanan Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Di Ponorogo. *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 52–65.
- Ramdani, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah. In *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*.
- Ratna Nirmala, E. (2021). *Social Media Marketing Bagi Kelompok Seni Di Desa Minggirsari Agar Menjadi Lebih Profesional*.
- Rizki, M. (2024). *Pengaruh Faktor Psikologis, Gaya Hidup dan Kelompok Referensi pada Generasi Z Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi pada Masyarakat Kabupaten Tegal)*.
- Rofi'udin, F. (2021). *Sejarah perkembangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 1991-2002*. 40. [http://digilib.uinsby.ac.id/46364/%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/46364/2/FuadRofi%27udin\\_A9221623.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/46364/%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/46364/2/FuadRofi%27udin_A9221623.pdf)
- Solihin, D. (2020). The Effect of Customer Trust and Promotion on Consumer Purchasing Decisions at Mikaylaku Online Shop with Purchase Intention as an Intervening Variable. *Journal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada

- kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.  
<https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Suwarsih, N., Gunawan, T., & Istiharini, I. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Dan Niat Beli. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(2), 712–730.  
<https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.2043>
- Syaiful Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik Pengolahan Data SPSS*. CV ANDI OFFSET.
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3310.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>
- Titi Hariyati, J. U. F. R. (2017). Uji Aktivitas Ekstrak Etanol Biji Pepaya Terhadap Bakteri Staphylococcus aureus MRSA. *Media of Medical Laboratory Science Politeknik “Medica Farma Husada” Mataram*, 1(1), 13–18.
- Ubaidillah, & Pratiwi, A. D. (2023). *Pengaruh Digital Banking terhadap Pengguna Layanan Digital Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto* Ubaidillah Anggih Dea Pratiwi. 2(2), 129–153.  
<https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb>
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN LOYALITAS MEREK PADA AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Electro. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.
- Wibowo, S. H., Wahyuddin, S., Permana, A. A., Sembiring, S., & ... (2023). *Teknologi Digital Di Era Modern*.  
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=j0m5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=%22e+learning%22+kepuasan+pengguna+association+rul e&ots=XsIzb2H3x7&sig=-rmBBRLKBBs71b9XxxnJpCmfojs%0Ahttps://repository.bsi.ac.id/repo/files/355053/download/Buku---Teknologi-Digit>
- Wiwit Restiana. (2024). *Pengaruh literasi digital, social media markering, brand image, dan electronic word of mouth terhadap minat membuka rekening tabungan melalui online di bank syariah (Survey Nasabah BSI Wilayah Purwokerto)*. February, 4–6.
- Yuli Sahara Nst, S. M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing , Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Binjai Kota). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 88–100.