

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z., Affandy, F. F., Pratiwi, I. E., & Karman, A. (2022). *Islamic Financial Literacy Level in Jayapura City*. LAA MAISYIR: *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 251-267. <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v9i2.32283>
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi *Brand Trust*. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386.
- Afriza, K. (n.d.). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah Mandiri KC Kabanjahe.
- Aisyah, S. (2019). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta).
- Amri, S. A. (n.d.). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Citra Merek Terhadap Minat Masyarakat Kota Tangerang Selatan Membeli Kpr Btn Syariah.
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2024). Sustainable Development of Islamic Banks by Creating Islamic Branding: Challenges, Importance, and Strategies of Islamic Branding. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(2).
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65.
- Anjeli, A. W., & Priantina, A. (2024). Pengaruh Literasi Halal, Religiusitas, Halal Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Bersertifikat Halal pada Generasi Z di Jabodetabek: Halal Industry. Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10), 6253–6265.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291-303.
- Aseandi, R. (2020). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cab Meureudu Aceh. *Wahana Inovasi*, 9(Jan-Juni 2020), 48–63.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50: 179-211.
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi.
- Cahyani, A. F., Saryadi, S., & Nurseto, S. (2013). Pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(3), 371–379.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih metode penelitian yang tepat: bagi penelitian bidang ilmu manajemen. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Fathoni, A. (2006). Metodologi penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*.

- Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Hamidah, S. A. (n.d.). Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Marketing*, Dan *Brand Image* Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah.
- Hartanto, Rian. 2019. *Brand & Personal Branding*. Yogyakarta: Denokan Pustaka.
- Jaya, I. (2019). Penerapan Statistik untuk penelitian pendidikan. Prenada Media.
- Jaelani, I., & Mutaqin, K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Lembaga Keuangan Syariah. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 24–35.
- Karima, N. S., Robbani, A., & Pratama, R. A. (2023). Rancang Bangun Aplikasi E-Damkar Kabupaten Nganjuk Berbasis Android Dan Website Menggunakan Metode Prototype. 3(1), 696–705.
- Khalilurrahman, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Promosi Dan Preferensi Terhadap Pengambilan Keputusan Walisantri Pondok PKP Manado Dalam Menggunakan Produk Dan Jasa Perbankan Syariah. I'tisham: *Journal Of Islamic Law And Economics*, 1(1).
- Kotler, P. and Keller KL. (2012). *Marketing Management*, 14th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kuswati, R., Soepatini, S., Vrasica, R., & Rayyantika, F. (2021). *Instruments Validation of Pro-Environmental Behaviour Model*. 525–537.
- Latifah, E., Masyhuri, M., Pahlevi, R. W., Mulyani, S., Hasanah, N., Fidiana, F., Zunaidi, A., Nurjanah, N., Yulianti, M. L., & Yunus, A. R. (2022). Manajemen Keuangan Syariah.
- Lestari, T. R. (2017). Hubungan antara Perilaku Konsumen dengan Minat Membeli Produk di Wardah *Beauty House* Medan.
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Mambu, J. Y., Rewah, J., Iskak, A. C., & Sigarlaki, O. N. (2019). Evaluasi Sistem Informasi Universitas Klabat Menggunakan *Framework* COBIT 5.0 Pada Domain MEA. *CogITo Smart Journal*, 5(2), 181–190.
- Margaretha, L. (2020). Teori-teori belajar untuk kecerdasan bahasa anak usia dini. *Early Childhood Research and Practice*, 1(01), 8–15.
- Miranti Setyaningrum, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Titipan Kilat (TiKi) D'Mansion Jakarta Timur).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16–38.
- Muchlis, R. (2018). Analisis SWOT financial technology (*fintech*) pembiayaan perbankan syariah di Indonesia (studi kasus 4 bank syariah di kota Medan). At-Tawassuth: *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 335–357.
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung

- Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53-66.
- Munthasar, M., Hasnita, N., & Yulindawati, Y. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Pendidikan Terhadap Literasi Keuangan Digital Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 146–157.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., & Lestariningsih, N. D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga. *Insight Mediatama*.
- Mustaqim, A. (2024). *Pengaruh Viral Marketing, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Esteh Indonesia di Kabupaten Kebumen (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa)*.
- Nasrullah, A. (2018). Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 6(1), 50–78.
- Niswaton, N., & Susilo, E. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Literasi Keuangan Syariah, Dan *Shariah Governance*, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Al Hukmu: Journal of Islamic Law and Economics*, 1–11.
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 291–304.
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., & Purba, B. (2021). Metodologi penelitian ilmiah.
- Palupi, A. N., Widiastuti, D. E., Hidayah, F. N., Utami, F. D. W., & Wana, P. R. (2020). Peningkatan Literasi di Sekolah Dasar. *Bayfa Cendekia Indonesia*.
- Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat (Studi Pada Warga Perumahan Pesona Permata Ungu Krian Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(1), 1554-1563.
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, I., & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh *Islamic Branding, Celebrity Endorser*, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 111–125.
- Pappas, N. (2016). Marketing strategies, perceived risks, and consumer trust in online buying behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services* 29: 92–103.
- Parsa, A., Nooraieb, M., and Aghamohamadia, A. (2016). *A Comparison between Dairy Consumer Behavior of the Islamic Republic of Iran and France (with Cultural Approach)*. *Procedia Economics and Finance* 36: 157 – 164
- Pradanti, N. R., & Prastiwi, A. (2014). Analisis pengaruh *love of money* terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi.
- Putri, S. S. (2018). Analisis Pengaruh Lokasi, *Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah (Studi Pada Wilayah Jakarta Selatan).

- Rangkuti, A. N. (2016). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, PTK, dan penelitian pengembangan.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi, 43. CV. MEDIA SAINS INDONESIA
- Riana, R. (2024). Prinsip Ihtiyath Lembaga Keuangan Syariah Bank Dan Non Bank Di Aceh.
- Ritonga, A. A. L., & Yarham, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk Dan Jasa Bank Syariah. *JPS: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 12–20.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian metode kuantitatif. *Sindoro: Cendikia Pendidikan*, 5(6), 81-90.
- Rozzi, M. F. (2022). Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Budaya dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Import Second di Lumajang.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 226-244.
- Saragi, D. D., & Rahmi, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa S-1 Unisba dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 87–94.
- Sari, A. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan di Bank BNI Syariah Kota Malang Amalia Sari. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Setiawan, A. R., Puspaningrum, M., & Umam, K. (2019). Pembelajaran fiqh mu'āmalāt berorientasi literasi finansial. *Tarbawy: Indonesian Journal of Islamic Education*, 6(2), 187–192.
- Shail, P. and Antoine, S. (2004). “Models of consumer behaviour problem”, available at: [www.smithinst.ac.uk/Projects/ESG_I49/ESGI49-unilever Consumers/index_html](http://www.smithinst.ac.uk/Projects/ESG_I49/ESGI49-unilever_Consumers/index_html) (accessed 12 September 2012). Automatic citation updates are disabled. To see the bibliography, click Refresh in the Zotero tab.