

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (1991) "The Theory of Planned Behavior". *Organizer Behavior and Human Decision Processes*. 50(2). 179—211.
- Anggraeni, Anggi Fitria, dkk. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Usaha Menantea. *Jurnal Maneksi*. 13(4). 918.
- Arum, Sekar., dkk. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Jurnal ASRJ*. 2(1). 63.
- Attalah, Haneen Ragheb. (2022). From Traditional to Electronic Word of Mouth. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*. 4(6). 125.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. (2020). Diakses pada 22 Desember 2025. Dalam <https://tulungagungkab.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*, diakses pada 18 Januari 2026. Dalam <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia 2024*. Jakarta: PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.
- Bank Syariah Indonesia. t.t. *Profil Perusahaan Bank Syariah Indonesia*. Diakses pada April 2026. Dalam <https://www.bankbsi.co.id>.
- Budiyono, dan NM Bernand. (2004). *Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk*. Jaakarta: Salemba Empat.
- Datu, Firda Irlianti. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Daya Tarik, Nilai Pelanggan dan Religiusitas terhadap Niat Nasabah Meningkatkan Simpanan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bekasi*. Skripsi. Purwokerto: UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Deloitte. (2023). *Global Gen Z and Millennial Survey 2023*. Diakses pada 22 Desember 2025. Dalam <https://www.deloitte.com>.
- Djaali dan Pudji Mulujono. (2021). *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.

- Fani, Meiti, dkk. (2023). Analisis Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perdagangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*. 4(1). 1235—1251.
- Fathoni, Aris., dan Nurhadi. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Wod of Mouth terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 7(3). 1542.
- Firdaus dan Fakri Zamzami. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Gunawan, Raden. (2018). *Pola Penggunaan Media Sosial dengan Resiko Viktimasi*. Ponorogo: Wade Group.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hermawan, Iwan. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, kualitatif dan mixed method*. Kuningan: Hidyatul Qura Kuningan.
- Hermawati dan Komsiah. (2021). Peran Media Sosial dalam Public Relations Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 13 (2). 88—94.
- Hidayat, Rahmat., dan Nur Azizah. (2023). Digital Marketing and Customer Decision: A Study of BSI Mobile Users among Gen Z. *Journal of Islamic Banking and Finance*. 4(1). 12—25.
- Indartini, Minarti dan Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Kolerasi, dan Regresi Linier Berganda*. Klaten: Lakeisha.
- Iskandar, Akbar., dkk. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. Sulawesi: Cendikiawan Inovasi Digital Indonesia.
- Istikaroh, Siti, dkk. (2023). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Joesyiana, Kiki. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*. 4(1). 74.

- Kementrian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemhannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Khairunnisah, & Ni Putu Yeni Astiti. (2021). Pengaruh Daya Tarik Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Negara). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 4(1). 54—66.
- Kholifah, Wahyu Titis dan Firosalia Kristin. (2021). Pengaruh Bahan Ajar Cerita Bergambar Tematik Untuk Meningkatkan Minat Baca Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*. 5(5). 3069.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi Milenium.
- Kotler, Philip. (2002). *Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2017). *Principles of Marketing (16th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, Eidia Ayu., Sumarno, Ika Purnama Sari. (2022). Pengaruh Metode Regresi Linier Berganda Untuk Estimasi Jumlah Penduduk Pada Kecamatan Gunung Malela. *Jurnal of Machine Learning and Artificial Intelligence*. 1(1). 57.
- Lubis, Fatimah Sakdiah. (2023). *Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) pada Media Sosial dan Brand Image Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah Panyabungan*. Skripsi. Padangsidempuan: Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

- Machali, Imam. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mairoh, Umi. (2021). *Pengaruh Pemasaran dan Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Qurban (Studi Kasus BTN Syariah Juanda Medan)*. Skripsi. Medan: Universitas Negeri Sumatera Utara.
- Monalisanti, Maria. (2023). Pengaruh Daya Tarik Produk, Kinerja Layanan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menabung pada Credit Union Semandang Jaya di Kecamatan Tumbang Titi. *Bisma*. 8(5). 1126—1138.
- Muanas, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.
- Muwasir, La Ode Abdul., dkk. (2026). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- N, Pratiwi., dkk. (2021). Pengaruh Kualitas dan Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 9(1). 77–83.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Nurmawan, I. (2000). *Manajemen Pemasaran: Strategi Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- OJK. (2024). *Siaran Pres: Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024*. Diakses pada 22 Desember 2025. Dalam <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Kinerja-Positif-Perbankan-Syariah-2024.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2023*. Diakses pada 22 Desember (2025). Dalam <https://www.ojk.go.id>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik Perbankan Syariah Indonesia 2024*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pertiwi, Oktaviani, & Ainur Rochmania. (2025). Pengaruh Komunikasi Word of Mouth dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Produk

- Tabungan Bank Syariah Indonesia di Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 13(2). 109—120.
- Pradana, Mahir., dkk. (2020). The Influence of Electronic Word of Mouth (e-Wom) on Purchase Intention in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*. 11(4). 37—52.
- Putri, Anisa Septi., dan Imam Ghozli. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*. 10(2). 45—60.
- Putri, Siti Sholihah. (2018). *Analisis Pengaruh Lokasi, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Haji di Perbankan Syariah*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadan, Asep Muhamad, dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widiana Media Utama.
- Ramadhan, Muhammad. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ramadhan, Muhammad. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- S, Alwi., dan Daud M. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 12(2). 62—68.
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. (2020). Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sari, Amilia Paramita, & Anisah. (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth and Financial Literacy on Digital Banking Product Purchase Decisions. *MUQADDIMAH: Journal of Economics, Management, Accounting and Business*. 3(3). 77—90.

- Sari, Novita, & Riskia Putri. (2025). Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KC Pemakasan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 10(4). 2718—2727.
- Setyaningrum, Saumi., dkk. (2024). *Buku Ajar Biologi Bebas*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sihabudin, dkk. (2021). *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Purwokerto: CV Pena Persada.
- Soesana, Abigail., dkk. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. 2020. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumardy, Silviana, & Melone. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suparno, Darista, dkk. (2023). The influence of financial literacy, digital literacy, digital marketing, brand image and word of mouth on the z generation's interest in Islamic banks. *International Journal of Data and Network Science*. 7. 1975—1982.
- Sutrisno. (2024). Pengaruh Media Sosial Marketing dan Customer Brand Engagement dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Tamrin*. 5(1). 225.
- Tahitu, Amelia., dkk. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial di Kota Ambon. *Jurnal BADATI*. 6(1). 62.
- Thalib, Muh. Dahla. (2019). *Membangun Motivasi Belajar dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional dan Spiritual*. Parepare: IAIN Paarepare Nusantara Press.
- Thomas, Boyd C, & Charlotte Mason H. (2021) The Link Between Attractiveness of Extrand Attributes and of Innovation. *Journal of Academy of Marketing Research*. 27(3). 188.
- Tjiptono, Fandy, & Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024 Indonesia*. Diakses pada 22 Desember 2025. Dalam <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>.
- Wulansari, Adhita Dessy. t.t. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- Zhao, Siyu., et.al. (2023). How Does Word of Mouth Marketing Affect Customer Loyalty. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. 10(1). 57.