

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal:

- Amilia, S. (2017). *Pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen*
- Anisah, K., & Najihah, N. (2025). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Investasi di Bank BRI*.
- ANTARA. (2026). *Pengguna BRImo Capai 45,9 Juta dengan Nilai Transaksi Rp7.057 Triliun Sepanjang 2025*. <https://jateng.antaranews.com>
- Aprizal, J., Lakoni, I., & Puspita, V. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan, dan Digitalisasi terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bengkulu. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 4(2), 112–121.
- Azmi, Z. (2023). *Upaya Meningkatkan Pemahaman Nasabah Terhadap Penggunaan BRI Mobile PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kantor Kas Chevron Rumbai Pekanbaru*. 2(1), 20–25. <https://doi.org/10.56799/joongki.v2i1.1243>
- Badri, J., & Fernandes, R. (2025). Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 379–386.
- Bakti, I. G. M. Y., Hairudin, H., & Alie, M. S. (2020). The influence of service quality, product quality and *brand image* on purchasing decisions and their impact on consumer loyalty. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 13(3), 521–526.
- Dubinina, M. G. (2025). *Information security issues*. <https://doi.org/10.31483/r-151305>
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Perilaku konsumen di era digital*. Universitas Brawijaya Press.
- Febriyanti, R., & Rahayu, S. (2024). The influence of word of mouth and *brand image* on purchase intention with product knowledge as a mediation variable. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(1).

- Ferdinand, A. (2016). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Deepublish.
- Garg, P., & Joshi, R. (2018). Purchase intention of “Halal” brands in India: The mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 683–694.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(3), 415–424.
- Irayana, R., Rinaldi, M., & Hendrawan, Y. (2025). Customer Perception of the Use Application Sharia Pawnshops Reviewed from Age Groups: A Study at the Meulaboh Branch of Sharia Pawnshops. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 6(5), 4672–4680. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i5.5364>
- Keller, L. K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Kharomah, S. A., & Kusumastuti, D. W. (2025). Pengaruh *brand image*, perceived ease of use, perceived usefulness, dan perceived risk terhadap minat menggunakan aplikasi bank digital pada generasi Z di Soloraya. *Jurnal Media Akademik*, 3(1), 55–66.
- Kirana, L. C., Simanjuntak, M., & Zulfainarni, N. (2024). A Comprehensive Analysis: Perception, Innovativeness, and Intention of Consumers as Determinant Factors of Mobile Banking Usage Behavior. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 520.
- Kompas.com. (2021). Data nasabah BRI Life diduga bocor, sekitar 2 juta data dijual di forum daring. Diakses dari <https://www.kompas.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education Limited.

- Kurniawati, H. Astika. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model(Tam) Yang Telah Dimodifikasi.
- Lubis, A. N., Arifin, M. A., & Sembiring, B. K. F. (2022). *Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Universitas Sumatera Utara.
- Malienko, O. V. (2024). The concept and essence of the category “interest” in a general theoretical aspect. *Analitično-Porivnâl'ne Pravožnavstvo*, 6, 406–410.
- Maulia, S., Halim, A., Teknii K Pii Ksii Ganeshsa, P., & Ii D, A. (2023). *The Effect Of Mobile Banking On Customer Satisfaction* (Study On BJB Digi Majalengka Users) Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pengguna BJB Digi Majalengka). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4).
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Najibah, I. H., & Supriyadi, A. (2024). Pengaruh promosi, *brand image*, dan kualitas produk terhadap minat nasabah menggunakan produk BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, 210–218.
- Nugroho, T. A., Amarco, A. K., & Yasin, M. (2023). Perkembangan industri 5.0 terhadap perekonomian Indonesia. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 95–106.
- Prayoga, I. M. S., & Yasa, N. N. K. (2023). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 120–130.
- Rahayu, S., Limakrisna, N., & Purba, J. (2023). The influence of *brand image*, online service quality, and ease of use on purchase decisions with trust as a mediating variable. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(5), 1285–1293.
- Rizqi, R. M., & Fahlia. (2019). Pengaruh minat konsumen membeli pulsa terhadap usia, jenis kelamin dan pendapatan pada Ceria Cell Cabang Bima. *Jurnal Tambora*, 3(2).

- Santoso, B., Pratomo, I. W. P., Hidayah, N. N., Banna, S., & Kusumaningtyas, R. F. (2019). *Brand Registration as a Marketing Strategy and Customer Loyalty of Natural Color Batik in Kampung Alam Malon Village*. 1(1), 79–96.
- Saputra, R. (2025). Factors Influencing Mobile Banking Adoption by Gen Z Generation. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 5–5. <https://doi.org/10.53697/emak.v5i4.2215>
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). Peran citra merek dalam membangun kepuasan dan loyalitas konsumen: Sebuah kajian teoritis. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3794–3807.
- Sofyan, Moh., Natisation, A., Minh, T. T., & Santoso, T. (2022). Analysis of Customer Satisfaction and Loyalty Using BRImo. *Ilomata International Journal of Management*, 3(1), 457–465.
- Sokeh, Moch. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 83–105. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.469>
- Sosial, J. P. I.-I., Masyarakat, P., Sitohang, L., Agustawan, Kunci, K., Nasabah, P., Brimo, B., Ahmad, K., Yani, & Kepuasan. (2023). *Upaya meningkatkan pemahaman dan keamanan dalam penggunaan aplikasi brimo kepada nasabah di pt bank rakyat indonesia (bri) di kantor kcp ahmad yani*. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i01.15>
- Susilo, A., Dewi, Y., & Whyte, F. (2024). The role of *brand image* and perceived risk on the attitude and intention to use paylater services in generation Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 11(2), 455–466.
- Tarigan, A. A. B., & Paulus, D. H. (2019). *Perlindungan hukum terhadap nasabah atas penyelenggaraan layanan perbankan digital*.
- Wardani, S., & Sanjaya, H. (2025). Pengaruh digital marketing dan *brand image* terhadap minat nasabah Bank Syariah. *MJ Bahrian: Jurnal Keuangan Islam dan Akuntansi*, 2(1), 67–75.
- Yuniarisa, W., & Buntoro, A. (2023). Pengaruh *brand image* terhadap minat menggunakan mobile banking. *Skripsi*. Politeknik Negeri Jakarta.

Yustika, M., & Rachmawati, R. (2023). Pengaruh *brand image* terhadap minat penggunaan layanan digital pada generasi Z. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(1), 44–52.

**Buku:**

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

Sri Wahyuning, (2021). *Dasar-Dasar Statistik*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Syofian Siregar, (2023). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*.