

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hardani, Andriani, H., & Ustiawaty, J. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rukin. (2021). *Metotologi Penelitian Kualitatif*. Jakad Media Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Surjaweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Jurnal

- Adekayanti, A. A., Athar, H. S., & Furkan, L. M. (2022). *The Effect of Subjective Knowledge, Objective Knowledge, and Experience Knowledge on Interest in Buying British Propolis Products. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 166–177. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v9i2.3368>
- Aisyah, N., Puspitasari, D., Ikasari, H., & Taufan, G. (2025). Peran Inovasi Produk, *Content Marketing*, dan *Product Knowledge* Dalam Mmepengaruhi Keputusan Pembelian Produk *Kays Golden Nest* Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 735–751. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i2.6867>
- Akina, N. N., Suryani, N. K., & Pertiwi, I. (2025). Peran *Product Knowledge* dalam Memediasi Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap *Purchase Intention* pada Produk *Honda Electric Moped One*. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 106–117. <https://doi.org/10.35130/1130034>

- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen dan Pengambilam Keputusan Pembelian. *Jurnal AKADEMIKA*, 2(2), 170–171. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/2942557>
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). *Management Analysis Journal The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth*. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355–369. <http://maj.unnes.ac.id>
- Burhanudin, B., Puspayudha, N., Mahardhika, P., Suminar, B., Recha, R., Simanjuntak, R., Safitri, H., Ningrum, H., Studi, P., Manajemen, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Hayam, U., & Perbanas, W. (2023). *Determinants of the Intention to Purchase Advertised Banking Products*. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Kioek, M. A. C., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2022). Pengaruh Instagram Dan Ewom Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare. *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)*, 14(1), 11–28. <https://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/article/view/242>
- Listiana, H., & Khoirul, A. (2022). Strategi Penyusunan Kerangka Berpikir: Meningkatkan Kualitas Penelitian. *Jurnal Lentara*, 24(1), 146–157. <https://www.ejournal.staimnglawak.ac.id/index.php/lentera/article/view/119>
- Nirwana, N. (2023). *The Influence of Consumer Behavior, Perspectives and Types of Consumers in Purchasing Decision Making*. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(01), 402–406. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i1-45>
- Nor Aziza, S. (2024). Efektivitas Pengetahuan dan Minat terhadap Keputusan Investasi pada Produk Deposito Syariah bagi Mahasantri Universitas Al-Amien Prenduan. *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 3(2), 132–145. <https://doi.org/10.54180/jiesp.2024.3.2.132-145>
- Pasharibu, Y., Aprilia, J., & Jie, F. (2020). *Intention to buy , interactive marketing*

- , and online purchase decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 339–356. <https://ejournal.uksw.edu/jeb/article/view/3398>
- Rusdian, S., Sugiat, J., & Tojiri, Y. (2024). *Understanding Consumer Behavior in Marketing Management: A Descriptive Study and Review of Literature. Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 76–87. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v4i2.416>
- Santoso, A., & Sispradana, A. (2021). *Analysis toward purchase decision determinant factors. Asian Management and Business Review*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art7>
- Sari, M. A., & Husaen, F. D. U. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk, Tingkat Pemahaman Produk Dan Kesadaran Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bsi Pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 7(1), 1–18. <https://ojs.unimal.ac.id/el-amwal/article/view/14267>
- Septianan, E. W., Firdaus, F. D., Madina, A. L., Wardana, F. A., & Saddam, M. (2024). Pengaruh *Product Knowledge* Dan *Trend Healthy Lifestyle* Terhadap Minat Beli Produk UMKM *Holly Jelly*. *Neraca Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 183–193. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Suwarno, W., & Priantina, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk *Fashion Kulit Halal*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 33–42. <https://doi.org/10.35797/jab.14.1.33-42>
- Tambak, E. E., Nurlaila, N., & Nasution, J. (2025). Pengaruh Pengetahuan dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Menggunakan Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Economic Resource*, 8(2), 691–702. <https://doi.org/10.57178/jer.v8i2.1561>
- Wulandari, A. (2020). Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Engagement* terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk PT Bank Central Asia di Jakarta. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 4(6), 282–286.

https://www.researchgate.net/publication/348874759_Pengaruh_Service_Quality_dan_Customer_Engagement_Terhadap_Minat_Nasabah_untuk_Menggunakan_Produk_PT_Bank_Central_Asia_di_Jakarta

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
https://www.researchgate.net/publication/366318105_Hipotesis_Penelitian_Kuantitatif

OJK

OJK. (2025). *Press Release Monthly Board of Commissioners Meeting in August 2025 Financial Services Sector Stability Maintained Amid Global and Domestic Dynamics*. <https://ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Financial-Services-Sector-Stability-Maintained-Amid-Global-and-Domestic-Dynamics.aspx>

OJK. (2026). *February 2026 Board of Commissioners Meeting Strengthening the Resilience and Integrity of the Financial Services Sector to Support Financial System Stability*. <https://ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/February-2026-Board-of-Commissioners-Meeting-Strengthening-the-Resilience-and-Integrity-of-the-Financial-Services-Sector.aspx>

Skripsi

Hakim, M. A. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Promosi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk MitraGuna (Studi Kasus BSI KCP Jakarta Ampera)* [Politeknik Negeri Jakarta]. <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/download/830/827/6517>

Nurannisa. (2024). *Pengaruh Consumer Knowledge dan Promotion terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Arrum Safar Pegadaian Syariah (Studi pada Generasi Milenial DKI Jakarta)*. Politeknik Negeri Jakarta.

Prayitno, M. S. (2021). Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Produk Cicil Emas: Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah KC Depok [Politeknik Negeri Jakarta]. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/2840/>

Website

Jurnalis. (2023). *Bank BJB Tawarkan Deposito Suka-Suka yang Mudah Dicairkan Kapan Saja*. Jurnalis.Co.Id. <https://jurnalis.co.id/2023/02/22/bank-bjb-tawarkan-deposito-suka-suka-yang-mudah-dicairkan-kapan-saja/>

Redaksi. (2025). *bank bjb Luncurkan Program Deposito Digital “bjb SiSuka Online”, Investasi Kini Semudah Sentuhan Jari*. Media Abar.Com. <https://www.mediajabar.com/bisnis/bank-bjb-luncurkan-program-deposito-digital-bjb-sisuka-online-investasi-kini-semudah-sentuhan-jari?>