

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Adzim, A. F., Rizan, M., & Rahmi, R. (2025). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap E-Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap E-Loyalty Pada BSI Mobile Banking*. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 12(4), 1338–1355.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), 433–443.
- Ajzen, I. (2011). *The theory of planned behaviour: Reactions and reflections*. Psychology & health. Taylor & Francis.
- Akbar, M. R. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Ketersediaan FiturFitur Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi My BCA pada Generasi Z*. PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, 4(6), 9917–9927.
- Amarazka, V., & Dewi, R. S. (2020). *Pengaruh kualitas produk dan e-WOM terhadap keputusan pembelian Portobello Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(4), 507–513.
- Asadifard, M., Rahman, A. A., Aziz, Y. A., & Hashim, H. (2015). *A review on tourist mall patronage determinant in Malaysia*. International journal of innovation, management and technology, 6(3), 229–233.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli KFC Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram*. Jurnal Economina, 2(2), 678–691.
- Fadhil, M. (2024). *Pengaruh digital marketing dan electronic word of mouth terhadap purchase intention Generasi Z Kota Malang dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia dengan brand image sebagai variabel mediasi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?* Journal of interactive marketing, 18(1), 38–52.
- Himmah, A. R., & Prihatini, A. E. (2021). *Pengaruh citra merek dan electronic word of mouth (E-WOM) terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Pixy di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10(2),

1153–1161.

- Istiani, M., Anggraeni, E., & Satriawan, D. (2025). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Promosi, Dan Keamanan Aplikasi Terhadap Minat Pengguna Bank Digital (Studi Pada Mahasiswa Generasi Z Pengguna Seabank Di Kota Bandar Lampung)*. KENDALI: Economics and Social Humanities, 4(1), 43–58.
- Kamila, T. P. (2024). *Pengaruh kemudahan, kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan layanan mobile banking bank syariah: Studi pada generasi zoomer di Kota Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). *Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian*. Jurnal Penelitian IPTEKS, 5(1).
- Maulina, E., Rahmadani, M., & Hakim, Y. (2022). *The Influence of Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions through Consumer Trust*. Journal of Marketing Innovation, 4(1), 12–20.
- Nursal, M. F., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). *Pengaruh electronic word of mouth (EWOM) terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada jasa transportasi online Maxim di Kota Bekasi*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital, 1(3), 111–118.
- Nursyahda, A. M. (2025). *Pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, e-WOM dan e-service quality terhadap keputusan menggunakan aplikasi BYOND by BSI: Studi kasus Generasi Z di wilayah Jabodetabek*, [Skripsi,.
- Priyani, R. A. E. (2024). *Pengaruh E-Wom, Customer Experience dan Perceived Usefulness Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pengguna E-Commerce Shopee di Kota Semarang)*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Rahmi, P. P., Aryanti, A. N., & Aziz, D. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA*. ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting, 3(3), 710–722.
- SARI, N. E. K. A. (2025). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Kalangan Generasi Z Di Pekanbaru*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Sari, P., & Giri, R. R. W. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Adopsi Mobile Banking Menggunakan Elaboration Likelihood Model*

(ELM). *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1913–1928.

Shafira, Y. P. (2023). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DREEMSS SHOP KOTA JAMBI*. Universitas BATANGHARI Jambi.

Sulistomo, A., & Prastiwi, A. (2011). *Persepsi mahasiswa akuntansi terhadap pengungkapan kecurangan (studi empiris pada mahasiswa akuntansi UNDIP dan UGM)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). *Pengaruh e-WoM (electronic word of mouth) terhadap keputusan pembelian kosmetik halal di Shopee*. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55–69.

Buku:

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, A. (2018). *Word of mouth marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Kotler, P. (2018). *Why broadened marketing has enriched marketing*. *Ams Review*, 8(1), 20–22.

Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2016). *Marketing management 14/e*. pearson.

Lappeman, J., Egan, P., Rightford, G., & Ramogase, T. (2021). *Marketing to South African consumers*. UCT Liberty Institute of Strategic Marketing.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R\&D*. (Sutopo, Ed.) (Kedua). Alfabeta.

Sumangla, P., & Panwar, A. (2014). *Capturing, Analyzing, and Managing Word of Mouth in The Digital Market Place*. Hershey, Pennsylvania.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa*.

Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis Statistik*. Lumajang: Klik Media.

Website:

<https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/media-riset/pressroom/siaran-pers/2025/02/24/03/44/bca-ungkap-3-penopang-pertumbuhan-transaksi-mybca>
diakses pada 28 Maret 2026 pukul 19:28 wib

<https://www.knack.com/blog/what-is-digital-onboarding/> diakses pada 29 Maret 2026 pukul 15:33 wib

Halodoc. (2026). *Perbedaan Gender dan Jenis Kelamin: Kupas Tuntas!*
Halodoc.Com. <https://www.halodoc.com/artikel/perbedaan-gender-dan-jenis-kelamin-kupas-tuntas>