

DAFTAR PUSTAKA

- Mayasari, S., & Putri, W. (2024). Bank Digital Diminati Gen Z, Survei Populix Beberkan Beberapa Penyebabnya. Retrieved from Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-digital-diminati-gen-z-survei-populix-beberkan-beberapa-penyebabnya>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang
- Anam, K. (2023). Ungkap Geliat Bank Digital di Tengah Ketatnya Kompetisi. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231106160546-17-486776/ungkap-geliat-bank-digital-di-tengah-ketatnya-kompetisi>
- Simanjuntak, M. H. (2024). BI: Nilai transaksi perbankan digital capai Rp5.335,33 triliun. Retrieved from Antaranews: <https://www.antaranews.com/berita/3975426/bi-nilai-transaksi-perbankan-digital-capai-rp5335333-triliun>
- Pramaswara, M. A., & Athoillah, M. (2023). Pengaruh Inklusi Keuangan di Era Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Journal of Development Economic and Social Studies*. 2(1), 205-221
- Gizmologi.id. (2024). Riset populix: Gen Z Lebih Pilih Bank Digital, Apa Alasannya?. Retrieved from Gizmologi.id: <https://gizmologi.id/news/fintech/riset-populix-tunjukan-gen-z-pilih-bank-digital/>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum
- Purwanto, S., & Perkasa, D. H. (2024). ANALISIS TRANSFORMASI BANK DIGITAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 622-633. <https://doi.org/10.46306/rev.v4i2.342>
- Mahfuzh, M. R. S. (2024). Analisis faktor-faktor penerimaan pengguna Bank Digital menggunakan UTAUT2 extended (studi kasus: SeaBank). Bachelor's Thesis. Fakultas Sains Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- VISA. (2022). Consumer Payment Attitudes Study 2022: Navigating A New Era In Payments. Adobe PDF eBook. <https://www.visa.co.th/dam/VCOM/regional/ap/documents/visa-cpa-report-smt-2022.pdf>
- Purwanti, T. (2024). Baru 4 Bulan, Superbank Sukses Jaring 2 Juta Nasabah. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20241022162917-37-582125/baru-4-bulan-superbank-sukses-jaring-2-juta-nasabah>
- Siahaan, M. T. (2024). CEO Superbank Blak-blakan soal Caranya Merebut Pasar Bank Digital. YouTube, diunggah oleh Liputan6, 18 Juni 2024, https://www.youtube.com/watch?v=UNM2KUw_RY

- Putra, R. A. (2024). Bank Digital: Sejarah, Jenis, Kelebihan, dan Kekurangan Layanannya. Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/business/finance/raihan-ali-putra-s/bank-digital-sejarah-kelebihan-dan-kekurangan-layanannya?page=all>
- Izzuddin, M. G., & Ilahiyyah, I. (2022). Pengaruh User Interface, Brand Image, dan Digital Literacy terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 144-163.
- Nguyen, H. T., Ross Jr, W. T., Pancras, J., & Phan, H. V. (2020). Market-based drivers of cobranding success. *Journal of Business Research*, 115(2), 122-138. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.046>
- Grashuis, J. (2019). The impact of brand equity on the financial performance of marketing cooperatives. *Agribusiness*, 35(2), 234-248. <https://doi.org/10.1002/agr.21574>
- Simanjuntak, K., & Keni, K. (2022, April). The Effect of Co-brand Preference, Perceived Benefits of Co-branding, and Co-brand Equity Towards Intention to Use the Co-branded Credit Card and Airline. In 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021) (pp. 51-57). Atlantis Press. [10.2991/assehr.k.220404.009](https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.009)
- Izza, F., & Supriyadi, A. (2023). The Effect of Co-Branding, Brand Trust, and E-WOM on Interest in Buying Aerostreet Brand Shoes on Adolescents in Kudus Regency.
- Adnyani, N. M. S. (2023). PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN INNOVATION RESISTANCE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PEMBAYARAN SECARA DIGITAL OLEH WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KABUPATEN BULELENG (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA).
- Septa, A. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, BRAND IMAGE, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN BANK DIGITAL MILIK BANK JAGO
- Fatasya, P., Marandika, M., Azizah, R., Purnamasari, H., & Asnaini, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 4(2), 1-19. <https://doi.org/10.21093/bifej.v4i2.9489>
- Hew, J.-J., Lee, V.-H., Ooi, K.-B., & Wei, J. (2015). What Catalyses Mobile Apps Usage Intention: An Empirical Analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 115(7), 1269-1291. <https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2015-0028>.
- Sembiring, F., Khotimah, A. K., Gultom, M., & Sabar, S. (2021). Implementasi TOGAF pada Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Web (Studi Kasus: MIS KOMPA). *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra*, 8(1), 10-19. <https://doi.org/10.52005/rekayasa.v8i1.102>.
- Qotimah, W. N., & Muharrami, R. S. (2023). Pengaruh Desain User Interface (UI), User Experience (UX) Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Kembali Dompot Digital Linkaja Syariah (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. Adobe PDF eBook. <https://www.scribd.com/document/425529173/buku-prinsip-prinsip-pemasaran-philip-kotler-gary-armstrong-jilid-1-edisi-12-pdf>
- Hendrayani, E., Wahyunita, S., Gusti, P. E. K., David, A. Y., Ni, N. K. Y., Teti, C., Voettie, W., Aditya, W., Roeskani, S., & Nur, H. (2020). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep). Bandung: Media Sains Indonesia. Adobe PDF eBook. https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/354233995_Konsep_Bauran_Pemasaran_4P_dan_7_P/links/612d812cc69a4e48796be143/Konsep-Bauran-Pemasaran-4P-dan-7P.pdf
- Lazuardi, D., Desma, E. M., Hommy, D. E. S., Prityanilicia, P., Novica, I., & Arifin, D. (2022). Konsep Dasar Pemasaran di Era Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis. Adobe PDF eBook. <https://repository.untar.ac.id/34723/1/FullBook%20Konsep%20Dasar%20Pemasaran%20di%20Era%20Digital%20%281%29.pdf>
- Fadilla, Q. I., & Jamiati, K. N. (2023). Pengaruh Co-Branding Dear Me Beauty X KFC Terhadap Keputusan Pembelian. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 193-202.
- Yudha, R. A., Utami, R. F., Astuti, H. J., & Suyoto, S. (2023). The effect of co-branding, customer-based brand-equity, and packaging on purchase decision (study on purchasing serum azarine cosmetic marvel edition). *Management Analysis Journal*, 12(4), 497-508.
- Korua, B. Y., Saerang, D. P., & Tumewu, F. J. (2021). THE INFLUENCE OF CO-BRANDING ON BRAND EQUITY (CASE STUDY: BNI DIGITAL BRANCH BANKING CAF³ MANTOS 3). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1631-1643.
- Agustin, N. C., & Krismayani, I. (2019). Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa S-1 Angkatan 2018 Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(3), 94-107
- Naufal, H. A. (2021). Literasi digital. *Perspektif*, 1(2), 195-202.
- Wiwesa, N. R. (2021). User interface dan user experience untuk mengelola kepuasan pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 2.
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan ui/ux aplikasi my cic layanan informasi akademik mahasiswa menggunakan aplikasi figma. *Jurnal Digit: Digital of Information Technology*, 10(2), 208-219.
- Suryono, S., Hardiansah, H., Ciptaningrum, W., Safi'i, I., & Primandaru, R. R. (2017). Perancangan User Interface pada Aplikasi Layanan Pengaduan Masyarakat (Studi Kasus: Kabupaten Ngawi). *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, 5(1), 2-9.
- Ardianto, K., Azizah, N., Risiko, P., & Kegunaan, P. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.
- Kumala, DC, Pranata, JW, & Thio, S. (2020). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat

- penggunaan gopay pada generasi x di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan* , 6 (1), 19-29.
- Anggriani, L., Diana, N., & Fakhriyyah, D. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan pada Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Tahun 2019). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(02), 837-848.
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- DJPB Kemenkeu. (2022). Digital Banking. Direktorat Jenderal Perbendaharaan, Kementerian Keuangan RI. Retrieved from <https://djp.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/odading/2919-digital-banking.html#:~:text=Bank%20Digital%20sendiri%20berdasarkan%20POJK,menggunakan%20kantor%20fisik%20yang%20terbatas>.
- Eka, Randi. (2021). Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Services. [online]. <https://dailysocial.id/research/fintech-report-2021> [3 November 2022]
- Dsinovate.com. (2021). The Rise of Digital Banking in Indonesia. 1–50. <https://dailysocial.id/>
- Bank Raya. (2024). Mengenal Perbedaan Bank Digital dan Bank Konvensional. Retrieved from: <https://bankraya.co.id/articles/insights/detail/perbedaan-bank-digital-dan-bank-konvensional>
- Dalimunthe, P. A. (2024). Pengaruh User Interface dan Service Quality terhadap Repurchase Intention Pengguna ShopeeFood pada Masyarakat Kecamatan Medan Polonia.
- Bramastuti, W. R. (2024). PENGARUH LITERASI DIGITAL, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PROMOSI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT TERUS MENGGUNAKAN BANK DIGITAL DI KALANGAN GENERASI MILENIAL INDONESIA (Doctoral dissertation, STIE Bank BPD Jateng)
- Puteri, A. M., Inanda, I., & Prasetio, R. B. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 16-25.
- Dafiq, B. I., Hidayati, N. H., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, pemasaran digital, citra merek dan promosi dari mulut ke mulut terhadap minat generasi z terhadap bank syariah. *Nilai Wajar: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* , 4 (11), 4971-4982.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Bandung: Alfabeta. Adobe PDF eBook https://drive.google.com/file/d/17WkGuVyhTBIXF0TM18_3RrgO7Lq8O_Hxl/view