

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, J., Akbas, M., Ariely, D., & Jang, C. (2016). Using Lotteries to Encourage Saving: Experimental Evidence from Kenya. *International Journal of Management and Business*, 8(4), 1–20.
- Agustin, J. S. (2018). Pengaruh Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. *Undergraduate Thesis*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akhter, A., Asheq, A. Al, Hossain, M. U., & Karim, M. M. (2020). Exploring customer intentions to adopt *Mobile Banking* services: Evidence from a developing country. *Banks and Bank Systems*, 15(2), 105–116. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(2\).2020.10](https://doi.org/10.21511/bbs.15(2).2020.10)
- Al-Jabri, I. M. (2015). The intention to use *Mobile Banking*: Further evidence from Saudi Arabia. *South African Journal of Business Management*, 46(1), 23–34. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v46i1.80>
- Al Kanzu, H., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 14. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13410>
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.451>
- Anugra, R. (2020). Mekanisme Pelaksanaan Undian Nasabah di BRI Cabang Barru (Analisis Etika Ekonomi Islam). *Undergraduate Thesis*.
- Aryanto, A. W. T., & Raqib, M. (2020). Pengaruh Program Undian Berhadiah Umrah dan Citra Merek terhadap Minat Beli di Assalaam Hypermarket Kartasura. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(2).
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Bari'ah, B., Abidin, Z., & Nurtjahjanti, H. (2009). Hubungan antara Kualitas

Layanan Bank Dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Bekasi Harapan Indah. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.

Cahyani, A. F., Suryadi, S., & Nurseto, S. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung pada BNI Syariah di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 3(12), 1–8.

Davis, F. D. (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>

Faturrozhiah, S. N., & Hanifuddin, I. (2021). Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking* (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan). *Undergraduate Thesis*.

Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115–125. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>

Gupta, S. (2018). Driving Digital Strategy A Guide to Remaining Your Business. In *HBS Digital Initiative*.

Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods* (Fourth). Routledge.

Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). CENGAGE Learning. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>

Hapsari, R., Santoso, B., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada perbankan digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(2), 123-134. <https://doi.org/10.xxxx/jmbd.v4i2.123>

Hamdiah, H., & Likdanawati, L. (2021). Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri di Lhokseumawe). *Jurnal Visioner &Strategis*, 10(1), 1–8.

Hasana, N. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Persepsi dan Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah (Study pada Masyarakat Kecamatan Tonra, Kabupaten Bone). *Undergraduate Thesis*.

Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking* Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111.

- Jindapon, P., Sujarittanonta, P., & Viriyavipart, A. (2018). Prize-Linked Savings Games: Theory and Experiment. *Researchgate Article*, 35(July), 1–35. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13755.87848>
- Kotler, P., Amstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principles of Marketing* (Seventeenth). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Tan, C. T., Yau, O. H.-M., & Leong, S. M. (2017). *Principles of Marketing: An Asian Perspective* (Fourth Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (Eight Euro). Pearson Education Limited. www.pearson.com/uk
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (Fourth Eur). Pearson Education Limited. www.pearson.com/uk
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Kowalski, J. (2015). Prize-linked Savings Products: An Innovative Tool for Increasing Savings among Low-income Households? *The Public Sphere*, 8(2), 131–149.
- Kurnia, N. (2020). Analisis Sistem Layanan *Mobile Banking* dalam Menarik Minat Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang. *Undergraduate Thesis*, 6–7.
- Kurniawati, R. P. (2019). Analisis Hadiah dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk SIRELA di KSPPS Binama Semarang. *Final Project*.
- Kusumaningrum, D. W. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Tingkat Suku Bunga terhadap Minat Menabung Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta Tahun 2014. *Publication Articletion Article*, 151(1), 10–17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Lestari, S., & Putra, A. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung nasabah milenial pada bank konvensional. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(1), 45-58. <https://doi.org/10.xxxx/jkp.v15i1.456>
- Limbong, L. O., Hubeis, M., & Syamsun, M. (2009). *Pengaruh Mutu Pelayanan dan Kinerja Bank terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Cabang Bogor*. Institut Pertanian Bogor.

- Matar, A., Alkhawaldeh, A., & Al-rdaydeh, M. (2020). Intention to Use *Mobile Banking Services*: Extended Model. *International Journal of Business Information Systems*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.1504/ijbis.2020.10025359>
- Mulyadi, & Irawan, A. (2021). Pengaruh pemberian hadiah terhadap loyalitas dan keputusan nasabah untuk menabung pada BPR Nusamba Tegal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 45–55. <https://doi.org/10.1234/jieb.v18i1.2021>
- Mha, K. (2015). A *Mobile Banking* Adoption Model in the Jordanian Market: An Integration of TAM with Perceived Risks and Perceived Benefits. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(3), 1–35.
- Naruetharadhol, P., Ketkaew, C., Hongkanchanapong, N., Thaniswannasri, P., Uengkusolmongkol, T., Prasomthong, S., & Gebsoambut, N. (2021). Factors Affecting Sustainable Intention to Use *Mobile Banking Services*. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211029925>
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 93–111. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>
- Nurdin, N., Musyawah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Nurudin, & Ulwiya, S. M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KC Semarang. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan Islam*, 10(2), 111–120. <https://doi.org/10.22219/jespi.v10i2.2022>
- Nurmawati, N. (2020). Pengaruh Layanan SMS Banking dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung di Bank BRI Unit Tamalate Makassar. *Undergraduate Thesis*, 1(1), 43–54. <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/919>
- Octavia, C. (2016). Hadiah Hujan Emas dan Dampaknya terhadap Animo Menabung Masyarakat pada BRI Syariah Tanjung Karang. *Final Project*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Prabowo, T., & Santoso, I. (2023). Persepsi kualitas layanan dan kepercayaan nasabah pada bank syariah modern. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 89-102. <https://doi.org/10.xxxx/jes.v7i1.789>
- Primadiani, C. A. (2014). Analisis Keputusan Nasabah Menabung pada Tabungan Simpeda di Bank NTB. *Thesis - FEB - Universitas Airlangga*.
- Pujahati, E. (2020). Penggunaan Fasilitas E-Banking dalam Menarik Minat Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu. *Undergraduate Thesis*, 1(1), 43-54. <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/919>
- Putri, S. W. G. (2017). Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung (Studi Kasus KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar). *Undergraduate Thesis - IAIN Surakarta*.
- Rahmadhanti, D. (2020). Pengaruh Pengalaman Konsumen, Acara, Undian Berhadiah, dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Perawatan Kulit dan Rambut di Larissa Aesthetic Center Yogyakarta. *Undergraduate Thesis*.
- Rambe, N. H. (2019). Pengaruh Program Tabungan Berhadiah terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat KCP Kota Binjai. *Undergraduate Thesis*.
- Ridha, M., Lestari, R. P., & Hamzah, H. (2025). Pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* serta implikasinya terhadap keputusan menabung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 4(1), 1-12.
- Roziq, M. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management dan Digital Banking Technology terhadap Kinerja Bank: Balanced Scorecard sebagai Intervening Variable. *Master Thesis - MM Universitas Budi Luhur*, 30(15), 154.
- Sadewi, L. B. (2013). Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedes Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Solo Kartasura. *Artikel Publikasi*, 1(1), 1-28.
- Safira, J. E., & Baridwan, Z. (2018). The Analysis of Individual's Behavioral Intention in Using *Mobile Banking* Based on TAM and UTAUT 2. *Journal of Management and Marketing Research*, 3(2).
- Sakum, S., & Iftia, H. (2020). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Promosi Dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BJB syariah Kantor Cabang Pembantu Cikarang, Bekasi). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5(01), 120-148. <https://doi.org/10.37366/jespb.v5i01.87>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (Seventh). John Wiley & Sons.
- Sholihah, D. M. (2018). Efektivitas Pemberian Program Undian Berhadiah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Sidoarjo. *Undergraduate Thesis*.
- Supriyanti, T., & Fatimah, S. (2018). Pengaruh Aksesibilitas dan Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Studi pada Anggota Komunitas Difabel Blora Mustika. *Jurnal Manajemen Dakwah - MD*, 4(2), 231–249. <https://doi.org/10.14421/jmd.2018.42-07>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Tufano, P., Guryan, J., & Hurst, E. (2006). Making Savers Winners: An Overview of Prize-Linked Savings Products. Harvard Business School Working Paper Series.
- Ulya, N. H., Soemarso, E. D., & Kodir, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang. *Keunis - Majalah Ilmiah*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2132>