

DAFTAR PUSTAKA

- Alivea Oryza, G., & Nilowardono, S. (2022). The Effect of Digital Marketing, Online Customer Reviews and Ratings on Consumer Buying Interest Through Shopee. *Jurnal Ekonomi*, 22(01), 13–22.
<https://doi.org/10.29138/je.v22i01.159>
- Anggraini, Y., Perbankan, J., Fakultas, S., Dan, E., & Islam, B. (2021). *PENGARUH MOTIVASI MENABUNG DAN PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP MT. HARYONO MAGETAN (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan)*.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (n.d.). *MANAJEMEN PEMASARAN*. www.freepik.com
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22.
<https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh*. 6.
- Badaruddin, N. (2019). Pengaruh Daya Tarik Transit Advertising Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Berbelanja Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Yang Mengetahui E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 1–9.
- Bergmann, B. N., Mananeke, L., & Loindong, S. S. (2017). Pengaruh Pemasaran Jasa Dan Persepsi Terhadap Kepuasan Siswa Pada Sma Katolik Rex Mundi Manado. *Jurnal EMBA*, 5(3), 3593–3601.
- Chasanah, H. F., & Saino. (2021). The Effect Digital Content Marketing and

Product Quality on Purchasing Desicions Through Buying Interest as Intervening Variable. *Jurnal Mantik*, 6(1), 9.

<https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/2312>

Erawan, A., & Sirait, T. (2024). Analysis of Digital Banking Product Marketing Strategies in Enhancing Business Performance (Case Study at Bank BJB). *Journal of Social Science (JoSS)*, 3(11), 1915–1935.

<https://doi.org/10.57185/joss.v3i11.379>

Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Surakarta, U. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 144–151.

Haudi, Wijoyo, H., & Cahyono, Y. (2020). Effect of Product Innovation and Marketing Strategy on Consumer Purchase Decisions in Indonesia'S Lightweight Roof Steel Industry. *Journal of Critical Reviews*, 7(13), 4147–4155. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.13.630>

Hermawan, F. T. (2016). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MOTOR HONDA DI KOMPLEK GRAHA INDAH BEKASI)*. 1–23.

Ilham Ramadhan. (2024). *PENGARUH LIVE STREAMING DAN DISKON TERHADAP SKRIPSI Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Disusun Oleh : ILHAM RAMADHAN NIM : C1B020107 PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.

Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1).

<https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>

Juhana, D., & Mulyawan, A. (2015). Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Stmik Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol.*, 9(1), 1–15.

- Kaur, S., & Tailor, R. K. (2023). Digital marketing and it's impact on the buying behaviour of the consumers. *Journal of Management Research and Analysis*, 10(2), 128–134. <https://doi.org/10.18231/j.jmra.2023.022>
- Khaerunnisa, Nining Wahyuningsih, & Mohammad Iqbal. (2024). Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(2), 200–223. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v5i2.2682>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Kurniawan. (2021). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI KABUPATEN SIAK. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47–54. <https://doi.org/10.59061/jsit.v5i2.77>
- Mekinjić, B. (2019). the Impact of Industry 4.0 on the Transformation of the Banking Sector. *Journal of Contemporary Economics*, 1(1). <https://doi.org/10.7251/joce1901006m>
- Mutmainna, Hamsir, & Anis, M. (2016). *Di Bank Syariah Indonesia*. 3(September 2021), 53–64.
- Nanda Bella Fidanty Shahnaz, W. (2016). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO ONLINE. *Contemporary Physics*, 22(1), 37–60. <https://doi.org/10.1080/00107518108231514>
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(02), 135–143.
- NOVITA EKASARI, S. (2017). *PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BISNIS PADA UMKM KERIPIK PISANG DHARMA JAYA*. 13(Ii), 195–207.

- Nurhayani, S. M. N. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI MOTOR HONDA PADA PT CITRA MEGAH SENTOSA ANYER. 1*, 126–137.
- Nurul aulia. (2024). *EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK CICIL EMAS DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU. Table 10*, 4–6.
- Nuslih Jamiat 1, & Cahyadi Supyansuri 2. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(1), 1–15.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.406>
- Oktaviani¹, F., & Rustandi, dan D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017*, 3(1), 1514–1518. <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 4(2), 62.
<https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Putri, N. A., & Ardyansyah, F. (2023). Implementasi Islamic Marketing Mix pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2804–2814.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3651>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*,

5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2018). Pengaruh Online Marketing Campaign #Samyangchallenge Terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(2), 132. <https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.11460>

Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 48–52. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpi/article/view/816>

Ramadhan, D., Soemarso, E. D., & Kusuma, S. Y. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik. *Jurnal Pustaka Aktiva*, Vol. 2(No. 2), Hal. 55-61.

REFSI TRIJAYA. (2019). *INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH PADA PT. BRI SYARIAH KANTOR CABANG BENGKULU SKRIPSI*. 4(1), 1–74.

Reski Dewi Pratiwi. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.

Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>

RIZKY, M. F., 1), & YASIN, H. (2014). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN*. 14(02), 135–143.

Robiah, S., & Adinugraha, H. H. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa Jasa MUA. *Journal Economics and Strategy*, 3(1), 54–69. <https://doi.org/10.36490/jes.v2i2.286>

Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal*

- Mirai Management*, 8(1), 206–211.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif dan metode penelitian kuantitatif* (Issue January).
- Susanti, D. (2021). Digital Marketing To Customer Value and Customer Engagement in Repeat Purchase on the Marketplace. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 135–146.
<https://doi.org/10.37403/sultanist.v9i2.339>
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3310.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>
- Utama, D. C., Arista, R., Fitriyanto, F., & Raharjo, A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(7), 767–779.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i7.254>
- Vaughan, J. P., Victora, C., & R Chowdhury, A. M. (2021). Population Demography. *Practical Epidemiology*, October, 34–51.
<https://doi.org/10.1093/med/9780192848741.003.0003>
- Vira Yuniar. (2024). PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi pada Masyarakat Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumbar). *Ayan*, 15(1), 1–130.
- Wardana, L. K., & Nurita, C. D. (2022). Analisis Komparasi Kinerja Keuangan PT Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank Rakyat Indonesia. *JATI: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 1(1), 77–88.
- watik, D., Trisiana, A., & Novitasari, F. (2022). Analisis Peran Pemerintahan Dalam Pengendalian Pertumbuhan Penduduk. *Research Fair Unisri*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/10.33061/rsfu.v6i1.6853>

- Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, 1(3), 452–465. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.103>
- Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Pt. Pegadaian (Persero) Karombasan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 404–412.
- Wulandari, D. (2023). Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 3085–3092.
- Yehuda. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli. *COMSERVA Indonesian Jurnal of Community Services and Development*, 1(10), 809–815.
<https://doi.org/10.59141/comserva.v1i10.135>
- Yogi, G. A., & Basir, G. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia LCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(2), 222–231. <https://doi.org/10.55903/juria.v2i2.82>