

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Abbas, A. (2016). Sistem Ekonomi Islam: Suatu Pendekatan Filsafat, Nilai-Nilai Dasar, Dan Instrumental. *Al-Iqtishad: Journal Of Islamic Economics*, 4(1). <https://doi.org/10.15408/Aiq.V4i1.2542>
- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 5(2), 352–365. [https://doi.org/10.25299/Jtb.2022.Vol5\(2\).9505](https://doi.org/10.25299/Jtb.2022.Vol5(2).9505)
- Abdul Rauf, Et. (2016). *Digital Marketing* (Issue September). http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.pdf#page=7
- Abdurrahman, M. M., & Mondika, A. A. (2023). Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Sosial. *Jebesh Journal Of Economics Business Ethnich And Science Histories*, 1(1), 140–147.
- Agneza, S., Jalaludin, J., & Rinawati, R. (2022). Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/Dsn-Mui/IV/2000. *Jammiah (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 2(1), 68–82. <https://doi.org/10.37726/Jammiah.V2i1.292>
- Ahmad, M., & Khalid, R. (2021). Digital transformation and marketing effectiveness in Islamic financial institutions. *Asian Journal of Islamic Management*, 3(2), 115–124.
- Alsa, A. (2020). *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasi Dalam Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Apriani, D., & Faozan, A. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 548–559. <https://doi.org/10.47668/Pkwu.V11i2.739>
- Ardyansyah, F., & Soraya, A. (2023). Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital Pada Tabungan Easy Wadiah Di Bsi Kcp Lamongan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 6(2), 612–624. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/14516>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2573>
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) The Influence Of Service Feature And Ease Of Use

- On Interest Of Using Mobile Banking (Study On The Village Community .
Telanaipura Jambi, 1(1), 3612
- Bsi. (2022). *Pt Bank Syariah Indonesia Tbk* (Issue December).
- Caron, R., & Markusen, E. (2016). *Consumer behavior and decision-making*. Sage Publications.
- Eftekhari Ranjbar, S., & Vares, H. (2023). The Effect Of Digital Marketing On Customer Satisfaction Of Online Stores. *Journal Of Namibian Studies*, 37, 903–921.
- Fachrina, R., & M.Nawawi, Z. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Di Marelان. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 2(2), 247–254. <https://doi.org/10.36908/Jimpa.V2i2.75>
- Fatimah Tuzzuhro, Noni Rozaini, M. Yusuf. (2019). Perkembangan Perbankan Syariah Diindonesia Fatimah. *Fatimah Tuzzuhro, Noni Rozaini, Muhamad Yusuf, Null*(23), 301–316.
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/E-Jep.V3i2.46>
- Haryanti, F. N., Salsabila, S. M., & Arfiansyah, M. A. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Memiliki Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia. *Journal Of Economics And Business Research (Juebir)*, 2(1), 30–
- Hermanto, B., & Syahril, S. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kabupaten Sumenep. *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 10(1), 77–92. <https://doi.org/10.24929/Feb.V10i1.973>
- Hilalia, N., Firdaus, M., Nuraeda, N., & Susianti, N. (2023). Implementasi Prinsip Keadilan Dalam Akad Wadi'ah Yad Dhamanah Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kcp Selong. *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi*, 3(1), 13–30. <https://doi.org/10.30863/Alkharaj.V3i1.4219>
- Himmatus, N., Ulfiah, K., Fani, H. N., & Yudiantoro, D. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2019), 47228–47237.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i8.699>
- Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Ejurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/Ejam.V2i3.50>

- Jannah, M. (2023). Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(Xx), 5.
- 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>
- Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kumar, V., Aksoy, L., Donkers, B., Venkatesan, R., Wiesel, T., & Tillmanns, S. (2020). Undervalued or overvalued customers: Capturing total customer engagement value. *Journal of Service Research*, 13(3), 297–310.
- Maarif, M. N., & Munir, S. (2022). Multi Akad Dalam Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Perspektif Fiqh Muamalah. *Tawazun : Journal Of Sharia Economic Law*, 5(1), 121. <https://doi.org/10.21043/Tawazun.V5i1.13811>
- Mahira, R., & Badina, T. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Promosi, Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Di Universitas Kota Serang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 3541–3554.
- Mayasari, D., & Putri, S. W. (2020). Sistem Ekonomi Islam Dengan Aspek Kehidupan Masyarakat Madani Di Tinjau Dari Hukum Islam. *Al'adalah*, 23(2), 123–141. <https://doi.org/10.35719/Aladalah.V23i2.31>
- Milza, A. T., Fasa, M. I., Suharto, S., & Fachri, A. (2021). Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking. *Ijab Indonesian Journal Of Accounting And Business*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.33019/Ijab.V3i1.3>
- 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>
- Novia, N. H. (2023). Strategi Digital Marketing. In *Pt Mafy Media Literasi Indonesia* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Ovika, S. K. W. G., Priambudi, T. W., & Martono, S. (2024). Faktor – Faktor Yang

- Mempengaruhi Minat Menabung : Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 4(1), 275–294. <https://doi.org/10.36908/Jimpa.V4i1.345>
- Purwati, D. (2023). Determinan Kurangnya Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3541. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V9i3.10028>
- Putri, R. N., Astuti, Y., & Marisa, H. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi pertimbangan konsumen terhadap tabungan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 145–157.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/Performa.V16i1.4532>
- Rika Widianita, D. (2023). Minat Menabung Di Bank Syariah. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Salamah, A., & Hendry, A. (2019). Pola Rescheduling Pada Pembiayaan Bermasalah Berakad Murabahah Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 27–48. <https://doi.org/10.46899/Jeps.V6i1.86>
- Salindri, K., & Lesmana, D. (2020). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Cikarang. *Global*, 7(2), 29–38.
- Salwa, M., & Abidin, F. I. N. (2021). The Impact Of Application Of Android Mobile Application-Based Online Credit As An Effort To Accelerate Credit Disbursement. *Academia Open*, 4(6), 1–16. <https://doi.org/10.21070/Acopen.4.2021.1986>
- Sarmanu. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Statistika*. Airlangga University Press.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Mantap: Journal Of Management Accounting, Tax And Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/Mantap.V2i1.1592>
- Silalahi, C. A. P., & Harahap, H. H. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Berkurangnya Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Skena*, 1(2), 1–8.
- Sirat, A. H. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makassar. *Al-Qalam*, 16(2), 153. <https://doi.org/10.31969/Alq.V16i2.481>
- Sobarna, N. (2021). Analisis Perbedaan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional. *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*,

3(1), 51–62. <https://doi.org/10.32670/Ecoiqtishodi.V3i1.665>

Social, S. (2017). *Strategi Digital Marketing Yang Efektif Untuk B2b Dan B2c*.

Statista. (2024). *Digital advertising spending worldwide from 2015 to 2024 (in billion U.S. dollars)*.

Utomo, S. B. (2022). *Digital Marketing: Strategi Jitu Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Palopo*. [http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7047/1/Skripsi Satrio Budi Utomo.Pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7047/1/Skripsi%20Satrio%20Budi%20Utomo.pdf)

We Are Social & Kepios. (2024). *Digital 2024: Global overview report*.

Widianita, R. (2023). *Analisis pengaruh kepercayaan dan afeksi terhadap loyalitas nasabah bank syariah*. *Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 22–34.

Zakiy, M., (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening Evrita Putri Azzahroh. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 1).

Buku:

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.

Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2017). *Statistics for the behavioral sciences* (10th ed.). Cengage Learning.

Hasibuan, A. N. (2021). Produk Perbankan Syariah. In *Akademia Pustaka* (Vol. 7, Issue 2).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D / Sugiyono*. Alfabeta, 2017.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. In *Alfabeta*, Cv.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Yuhelson. (2018). Buku Ajar Hukum Perbankan Syariah. In *Zahir Publishing* (Pp. 87–88).