

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. N. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Variasi Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian area malang. 8(2).
- Bank Negara Indonesia. (2023). Laporan Tahunan 2022: Transformasi Digital untuk Pertumbuhan Berkelanjutan. Jakarta: BNI.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Survei Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Sektor Perbankan 2022. Jakarta: BPS.
- Bank Negara Indonesia. (2023). Laporan Tahunan BNI 2022. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. <https://www.bni.co.id/id-id/tentangbni/hubunganinvestor/laporankeuangan>
- Bank Negara Indonesia. (2021). Produk BNI Taplus Muda. [[https://www.bni.co.id/id-id/produk/simpanan/tabungan/taplus-](https://www.bni.co.id/id-id/produk/simpanan/tabungan/taplus-muda)
- Burhan Bungin (2013: 128) dalam bukunya "Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi".
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2021). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2).
- Halid, P. M., Taan, H., & Ismail, Y. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KC Gorontalo*. 24(7), 28–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12798044> p-ISSN:
- Irfan Syahrani, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Ejurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/Ejam.V2i3.50> [<https://www.bni.co.id/id-id/produk/simpanan/tabungan/taplus-muda>]
- Kennis, V., & Octavia, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Bank Pembangunan Daerah Jambi Kcp Pelayung. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 137–151. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.26203>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). Generasi Z

dan Milenial Dominasi Pengguna Internet di Indonesia.
<https://kominfo.go.id>

Kingsnorth, S. (2021). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Publishers.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.

Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Marlina, A., & Bimo, W. A. (2020). Digitalisasi Bank terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 18(1), 27-34.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Perbankan Indonesia 2022*. Jakarta: OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2022.aspx>

Oktavia Jaya, G., Wahono, B., & Abdullah Syakur, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Self Service Technology, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.

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.

Putri, V. R., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Customer Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi *Mobile Banking*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 47-54.

Putri, A. R., & Santoso, H. B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Banking terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 88–96.
<https://doi.org/10.xxxx/jeb.v9i2.xxx> (ganti jika Anda punya DOI asli)

Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Harmonto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. kadek D., & Tawil, R. (2021). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN*

PEMASARAN (M. G. Indrawan (ed.)).

- Sofiati, N. A., Sudaryo, Y., Astuty, T. T., & Sukandi, A. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Citra Perbankan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variable Intervening (Suatu Survey Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk). *Sosiohumaniora*, 24(1), 98. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.23594>
- Sugiyono (2020: 137) dalam bukunya "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D".
- Setiawan, A. (2023). Transformasi Digital dalam Industri Perbankan: Studi pada Milenial Pengguna Tabungan Digital. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(1), 45–57.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Service, Quality & Satisfaction* (5th ed.). Yogyakarta: Andi
- Zuhdi, S., Darmawan, A., & Rifai, A. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 65-78.