

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, I. N., Zebua, R. S. Y., Kusyanda, M. R. P., Rusdiani, N. I., Hayani, N., & Rizal, A. A. (2024). *Buku ajar pemasaran digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ainurrofiqin, M. (2023). *Teknik branding 5.0: Tingkat brand awareness di era 5.0*. Anak Hebat Indonesia.
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K. (2021). *The effect of digital marketing on purchasing decisions: A case study in Jordan*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455-463.
- Alwi, M. N., Bahari, F., Turot, M., Nainggolan, A., & Semmawi, R. (2023). Tantangan Dan Peluang Perbankan Digital: Studi Kasus Inovasi Keuangan Dan Transformasi Perbankan. *Jurnal Cahaya Mandalika Issn 2721-4796 (Online)*, 3(2), 2160-2177.
- Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. A. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., & Judijanto, L. (2024). *pemasaran digital: Teori, implementasi dan masa depan pemasaran digital*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Cengage Learning.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pengguna produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Aullia, G. S., Putri, S. N. R., & Wisudawanto, R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pt. Telkom Witel Solo Dalam Membentuk Citra perusahaan. (*Doctoral Dissertation, Universitas Sahid Surakarta*).
- A'yun, I., & Putri, S. D. A. (2022). Peran Digitalisasi Dan Informasi Terhadap Kinerja Perbankan Syariah Dalam Perspektif Society 5.0 Di Perekonomian Di Indonesia. *Journal Islamic Banking*, 2(1), 1-10.
- Azri, A. D., Nurhaliza, S., & Salsabila, V. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Journal Of Sharia Economics*, 6(2), 120-131.
- Batubara, S. E., Siregar, R. A., Permatasari, M. D., Andayani, S. U., ... & Hidayati, I. (2024). *Manajemen bisnis*. CV Rey Media Grafika.
- Biazzo, S., & Filippini, R. (2021). *Product innovation management*. Springer International Publishing.

- Bintoro, B. K., Lutfiani, N., & Julianingsih, D. (2023). *Analysis of the effect of service quality on company reputation on purchase decisions for professional recruitment services*. APTISI Transactions on Management, 7(1), 35-41.
- Borchers, N. S. (Ed.). (2022). *Social media influencers in strategic communication*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic branding, & re-branding*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Duong, P. (2024). *Benefits of selecting suitable global ambassadors for luxury brands: Case collaboration: Jisoo and Dior*.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran produk dan merek: Planning & strategy*. Qiara Media.
- Gbadamosi, A. (2024). *Consumer behaviour and digital transformation*. Taylor & Francis.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan pengguna serta Implikasinya pada Citra perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144-1149.
- Hermawan, J., Tirtayasa, S., & Suwito, S. (2023). Pengaruh Citra perusahaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Mediasi Keputusan pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Indihome Bisnis Pt. Telkom Witel Medan). *Journal Of Student Development Informatics Management (Josdim)*, 3(2), 222-237.
- Hong, K. N. T., Minh, S. V., Nguyen, H. T., & Tran, H. M. N. (2023). *The Role of Brand Ambassadors in Shaping Brand Image and Driving Purchase Intentions: A Case Study in the Fashion Industry in Vietnam*. *Kurdish Studies*, 11(2), 2761-2781.
- <https://Aptika.Kominfo.Gao.Id/Wp-Content/Uploads/2024/11/Satu-Dekade-Pembangunan-Digital-Indonesia>
- Indrajaya, S. (2024). *Komunikasi pemasaran digital*. Kaizen Media Publishing.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi pemasaran digital Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978.

- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan pengguna Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380.
- Johan, J. (2024). Inovasi Dalam Teknologi Keuangan: Mengubah Praktik Perbankan Dan Investasi Tradisional. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 296-314.
- Kahn, K. B., & Mohan, M. (2020). *Innovation and new product planning*. Routledge.
- Kamdjoug, J. R. K., Wamba-Taguimdje, S. L., Wamba, S. F., & Kake, I. B. E. (2021). *Determining factors and impacts of the intention to adopt mobile banking app in Cameroon: Case of SARA by afriland First Bank*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102509.
- Kamila, D. S., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2024). Pengaruh social media marketing dan *Brand Ambassador* terhadap keputusan pengguna produk POND'S (Studi pada pengguna produk POND'S di Kabupaten Banyumas). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(3), 587-594.
- Kanaidi. 2017. *Pengaruh Customer Relationship Citra perusahaan Dan Customer Trust Terhadap Loyaltas*. *Competitive Majalah Ilmiah Vol 6 No.2 Issn 0216-2539*.
- Karina, K., Siregar, S., Andriyanto, M. R., & Zaelani, A. (2024). Pengaruh Kepercayaan, *Brand Ambassador*, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan pengguna Pada Marketplace Tokopedia Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 5217-5230.
- Kartika, B., & Fasa, M. I. (2024). Analisis perilaku nasabah dalam keputusan penggunaan layanan mobile banking. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 7279-7286.
- Kasali, R. 2015. *Fenomena Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kingsnorth, S. (2022). *pemasaran digital strategy: An integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12, Jilid 2). Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, R. R., & Febrianti, A. (2024). Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 16(2).

- Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluo, H., & Mero, J. (2023). *pemasaran digital strategy*. Edward Elgar Publishing.
- Lesmana, R. (2017). Pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pengguna konsumen PT. Garuda Indonesia Tbk. (Persero). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(1), 134-147.
- Listyaningsih, L., & Kramadibrata, B. (2025). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *digital marketing* terhadap Purchase Decision pada Produk Wafer Nabati di Jakarta. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 200-218.
- Maharani, A. P., & Fasa, M. I. (2024). Pemasaran Produk Bank Syariah Di Era Digital. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(9), 5203-5212.
- Makom, M. R. (2023). Analisis pemasaran digital, Citra Merek, Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(3), 141-151.
- Male, L., & Norton, P. (2021). *Communicating construction*. Routledge.
- Meryawan, I. W., Fitriandari, M., Suryawan, T. G. A. W. K., & Widiyanti, I. D. A. I. (2023). Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah Dampak Dari Kualitas Pelayanan Dan Citra perusahaan. *Jurnal Akses*, 15(2).
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh *digital marketing* Terhadap Keputusan pengguna Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 35-42.
- Mohamed, E. T. (2024). Purchase decision: The role of product quality, brand image, and *Brand Ambassador*. *Journal of Management and Business Insight*, 2(1), 24-32.
- Muis, I., Adhi, T. M., & Kamalia, R. F. (2022, April). *Digital marketing and innovation effects on marketing performance*. In *4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)* (pp. 180-188). Atlantis Press
- Muttaba, M. D., & Fitri, A. N. (2021) Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Pembentukan Citra perusahaan. *Jurnal Ilmu Dakwah ISSN 1693-8054 (Print) ISSN 2581-236 x*
- Negarawati, E., & Rohana, S. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 46-60.
- Ngamal, Y., & Perajaka, M. A. (2022). Penerapan Model Manajemen Risiko Teknologi Digital Di Lembaga Perbankan Berkaca Pada Cetak Biru

- Transformasi Digital Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 59-74.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2021). Citra perusahaan *and corporate reputation in customers' retention decisions in services*. *Journal of retailing and Consumer Services*, 8(4), 227-236.
- Noor, F., & Nasution, D. A. D. (2022). *The Influence of Brand Ambassador, pemasaran digital and Merchandise on Consumer Purchase Decisions on Blackpink Oreo Products*. *Basic and Applied Accounting Research Journal*, 2(1), 8-12.
- Nurhajati, M. S., Kamil, I., & Zainullah, A. (2024). *Kreativitas dan inovasi dalam berbisnis*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Nurhayati, N., Astaginy, N., & Ismanto, I. (2023). Apakah Produk Bank Syariah Indonesia Menarik Minat Masyarakat?. *Global Leadership Organizational Research In Management*, 1(4), 171-184.
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823-843.
- Pratama, M. F., Efendi, B., & Nasution, L. N. (2025). Transformasi Digital Ekonomi Dalam Mendukung Inklusi Keuangan Di Indonesia. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 65-85.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 80-91.
- Puspitasari, I. D., Sari, P. O., & Fatmala, I. A. (2022, October). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Website Terhadap Keputusan pengguna Pada E-Commerce Tokopedia Dengan Citra perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Putri, G. F. W., Permatasari, D. B. A., & Fadeli, M. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* Baekhyun Exo Melalui Instagram Terhadap Brand Image Allobank. *INTELEKTUAL (E-Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*, 11(2), 181-190.
- Rafidah K.K, A. S. & Maharani, H. N. (2024). Inovasi Dan Pengembangan Produk Keuangan Syariah: Tantangan Dan Prospek Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).

- Rahmatulloh, F. M., Rohmatiah, A., & Warnaningtyas, H. (2022). Pengaruh financial literacy, pemasaran digital dan *word of mouth* terhadap minat menggunakan internet banking pada nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. KC Ponorogo selama pandemi Covid-19. *Jurnal Ekomaks: Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 128-138.
- Raihanah, S., Sari, S., & Usman, A. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap brand image produk Wardah pada mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. *Journal of Business Administration*, 1(2), 111-121.
- Ramadhan, A. (2022). Minat Dan Keputusan Nasabah Bank NTB Syariah Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking Pasca Bank NTB Konversi Ke Bank NTB Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank NTB Syariah KCP Bolo). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 883-898.
- Riofita, H., Rifky, M. G., Salamah, L. R., Asrita, R., & Nurzanah, S. (2024). Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jemb)*, 1(3), 21-26.
- Rochmawati, D. ., Hatimatunnisani, H. ., & Veranita, M. . (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis Di Era Transformasi Digital. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 101–108.
<https://doi.org/10.32670/Coopetition.V14i1.3076>
- Sahara, S. (2024). *Manajemen pemasaran*. K-Media.
- Salsabila, T. L., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah. *In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3)*.
- Sari, D. I., & Hasyim, H. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan pengguna Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 06-20.
- Sari, S. A., & Nasution, M. I. P. (2024). Implementasi Teknologi Blockchain Dalam Uang Digital: Potensi Dan Dampaknya Terhadap Sistem Keuangan Global. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 259-267.
- Saritha, I. G. A. A. M., Ajnya, D., Jatra, I. M., Yasa, N. N. K., & Riana, I. G. (2023). *Brand Ambassador, citra merek, dan niat beli: Konsep dan aplikasi*. CV Pena Persada.
- Setiawan, Z., Suharyanto, S., Judijanto, L., Zahara, A. E., Suryadi, I., Juniarto, G., ... & Wibowo, S. E. (2024). *Strategi pengembangan produk: Panduan praktis untuk keunggulan kompetitif*. PT. Green Pustaka Indonesia.

- Sewaka, K. A., & Sunarsih, D. (2022). pemasaran digital. Pascal Books.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). Pemasaran digital. Penerbit Widina.
- Simanjuntak, A., & Akri, P. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (E-Wallet) Pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *Lucrum : Jurnal Bisnis Terapan*, 3(4), 487-500. Retrieved From <https://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/Ojs32/Index.php/Lucrum/Article/view/4039>
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku konsumen: Strategi dan teori*. Iocs Publisher.
- Siregar, D. A., Hidayat, T., & Pohan, F. (2024). Inovasi Fintech Dan Implikasinya Terhadap Perbankan Konvensional Di Era Masyarakat Digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(3), 221-231.
- Siregar, S. 2020. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitanggang, A. S., Nurrochman, T. A., Syafira, R., Halim, I. K. N., Salsabina, P., & Aisy, A. Z. (2022). Analisis yang memengaruhi Penggunaan M-Banking bagi Nasabah BNI. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 559-566.
- Solomon, M. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having And Being*, 11th. Edition. . New Jersey: Prentice Hall.
- Stankevich, A. (2017). *Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review*. *Journal of international business research and marketing*, 2(6).
- Suardhika, I. N., Rihayana, I. G., & Krisnayanti, N. M. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan pengguna. *Jurnal Inovasi Akuntansi dan Keuangan*, 5(4).
- Sudrajat, A. M., & Roslina, R. (2023). Penerapan Model Penerimaan Teknologi (Tam) Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi M-Banking Bni Di Bandar Lampung. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 7583-7597.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

- Suroya, A. R., dan Lestari, M. T. 2020. *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Citra perusahaan Garuda Indonesia*. E-Proceeding Of Management : Vol.7, No.2.
- Sutisna, T. 2016. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, S. 2019. *Membangun Citra perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Suwanto. 2019. *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Remaja Rosdakarya.
- Tantrinesia, M., Amelia, L. F., & Sidarwaya, H. A. (2023, November). Pengaruh M-Banking Terhadap Pola Belanja Masyarakat Di Surabaya. *In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (Sniis) (Vol. 2, Pp. 24-38)*.
- Thalib, S., dan Harmurti. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Citra perusahaan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Pengiriman Jne. *Jurnal Riset Bisnis Vol 5*.
- Usman, F., Syahrani, S., & Sugianti, T. (2024). Inovasi dalam manajemen strategik. Takaza Innovatix Labs.
- Wheeler, A., & Meyerson, R. (2024). *Designing brand identity: A comprehensive guide to the world of brands and branding*. John Wiley & Sons.
- Winkok, J. P., William, W., & Joe, S. (2023). Pengaruh pemasaran digital, *Brand Ambassador*, Brand Image Terhadap Keputusan pengguna Whitelab Pada Pengguna Whitelab Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 126-139.
- Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru Dalam Manajemen Strategi. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Yusuf, A. (2021). *The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on Oppo smartphone products in South Tangerang City*. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 2 (1), 472–481.