

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. W., & Widyastuti, A. (2022). Perilaku UMKM Dalam Menggunakan Fintech: Fokus Regulatory dan Mitigasi Risiko. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.100>
- Afiqoh, L. D. N., & Nirawati, L. (2025). Efektivitas Pengelolaan QRIS pada Pengguna Baru Bale by BTN Mobile di Bank BTN KCP Ketintang Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(1), 76–81. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i1.419>
- 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)
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Survei Penggunaan Layanan Keuangan Digital oleh UMKM 2023*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *DIGITAL MARKETING: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The global Findex database 2017: Measuring financial inclusion and the Fintech revolution*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0>
- Erynayati, L., & Amrita, A. (2022). Digitalisasi Bagi Pelaku UMKM Yang Terdampak Pandemi Covid-19. *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik*, 1(12). <https://etnik.rifainstitute.com/index.php/etnik/article/view/150>
- Farhan Rizky, M., & Permana, E. (2022). Analisis Strategi Bisnis Menggunakan *Digital Marketing* Pada UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, (7), 2540–9247. Retrieved <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/6820>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayanty, M., & Handayani, L. S. (2024). Pengaruh *digital marketing*, word of mouth dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan dalam aplikasi mobile banking Livin by Mandiri di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Cikarang Jababeka. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2). <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2719>
- Jogiyanto, H. M. (2021). *Sistem informasi keperilakuan* (Edisi Revisi). Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laukkanen, T. (2017). *Mobile banking*. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1042–1043. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2017-0121>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific.

- Mujahid Nasrullah, & Busman. (2024). Pengaruh *digital marketing*, word of mouth, dan brand awareness terhadap purchase decision produk Livin by Mandiri di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kantor Cabang Sumbawa. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.58303/jtimb.v6i2.3131>
- Nugroho, B. A. (2021). *Perilaku konsumen digital: Teori dan aplikasi*. Prenada Media.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Roadmap pengembangan perbankan Indonesia 2021–2025*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Digital Indonesia 2023*.
- Primiana, I. (2022). *UMKM dan Pemberdayaan Ekonomi Nasional (Edisi 3)*. Alfabeta.
- PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. (2023). *Laporan Tahun 2023*. BTN
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan *digital marketing* bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Rahmatulloh, A., Rohmatiah, A., & Warnaningtyas, H. (2022). Pengaruh *financial literacy*, *digital marketing*, dan *word of mouth* terhadap minat menggunakan *internet banking*. *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 11(1). <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.111>
- Rahmawati, L. N., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *digital QRIS* pada Generasi Z Bojonegoro. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 135–146. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n2.p135-146>
- Rangkuti, F. (2021). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication* (Edisi Revisi). Gramedia Pustaka Utama.
- Rozza, S., & Salsabila, T. L. (2024). Pengaruh promosi media *digital* dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* dari Bank Syariah Indonesia. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 11(1). <https://doi.org/10.32722/account.v11i1.6699>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2020). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. 5(1), 55–69. <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Strategik* (Edisi 4). Andi.
- Wardhana, A. (2021). STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DAN IMPLIKASINYA PADA KEUNGGULAN BERSAING UKM DI INDONESIA. *Prosiding Seminar Nasional*