

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Adawiah, M. R. (2019). Kontribusi penyaluran kredit guna bhakti terhadap perolehan laba bersih (Studi kasus pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk Kantor Cabang Pembantu IPDN Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang). Repository IKOPIN.
- Anggraeni, T. N. (2021). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk: Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. (Grup Penerbitan *CV BUDI UTAMA*).
- Efi, N. A. S., 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), 98-106.
- Fauzi, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 123–135.
- Fitriani, N. E. (2025). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. 9. 1.
- Giordano, T. R. (2024). Analisis Penyusunan Laporan Keuangan Pada Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Pandeglang.
- Ikhsanudin, W., Sopingi, I., & Kusuma, K. C. Y. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Produk Pembiayaan Di Bank Syariah. *Nahdatul Iqtishadiyah: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 13-22.
- Kennis, V., & Octavia, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jambi Kcp Pemayung. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 137-151.
- Laratmase, P., Rosdiana, Artino, A., Siregar, S. E., & Utami, T. W. (2024). Pengaruh Kredit Perbankan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Hubungannya Dengan Kesejahteraan Masyarakat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 73–91.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

- EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi, 5(1), 38-54.
- Masrurroh, S., & Judijanto, L. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi), 9(6), 2464-2471.
- Mujibno, Hakim, R. A., Wahid, A., & Amiruddin. (2021). Optimalisasi Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Barokah. PT. Bprs Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen, 2(2), 185–198.
- Novitasari, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing Instagram dan Brand Image terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Muamalat KCP Sumber) (Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian online. Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah), 5(1), 25-36.
- Rahardjo, N. A. (2020). Pengaruh brand image dan digital marketing PT Prudential Life Assurance terhadap minat beli masyarakat di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 20-20.
- Rahmadhani, A., & Putri, T. R. (2022). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat nasabah. *Journal of Management and Business*, 11(2), 145–158. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Riezka, A. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Nasabah Bank Umum Syariah di Kota Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Santosa, S., & Tumanggor, T. C. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Aplikasi Pos Aja. Pro Mark, 13(1), 77-86.
- Saputro, A. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2).
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat beli produk kosmetik Make Over. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9(4), 1431-1439.

Zed, E. Z., Indriani, S., & Wati, S. F. (2025). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di era e-commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 171-180.

Buku:

Sugiyono, (2019). Metode penelitian kuantitatif..Alfabeta.

Sri Wahyuning, (2021). Dasar-Dasar Statistik.Yayasan Prima Agus Teknik.

Gunawan Chakti, (2019). The Book of Digital Marketing.

Sumber Lain:

<https://www.bankbjb.co.id/> Diakses pada tanggal 10 Maret 2026 09:24 WIB.