

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Anjani Ni Made Ayu Cantika Mutiara, Artha I Gede Agus Indram Bayu, & Purnami Putu Wahyuning Sri. (2024). Perancangan Brand Identity UMKM Steak Ijow Jalan Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Di Made Blez Studio. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 219–229. <https://jurnal2.isidps.ac.id/index.php/amarasi/article/view/4102%0Ahttps://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/download/4102/1462>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Ilmiah MEA*, 6(3), 2008–2018.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Adut, F. A., Ramadhan, V. P., Informasi, S., Malang, U. M., Candi, P., & Malang, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Brimo Menggunakan Model E-Service Quality*. (204), 219–227.
- Damarresa Adi Bharata, & Zoel Hutabarat. (2024). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty nasabah tabungan BritAma di Jakarta Pusat. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4600–4613. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1991>
- Febrianti, A., Warahma, M., Oktaviani, N., & Cindy, V. D. (2024). Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kemiskinan di Kabupaten Minahasa. *Jurnal Berkah Efisiensi Ilmiah*, 24(April), 14–25.
- Febrianti, A., Warahma, M., Oktaviani, N., & Cindy, V. D. (2024). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MINISO DENGAN MIX-METHOD (SURVEI ONLINE DAN WAWANCARA MENDALAM). 1–30.
- Halim, M., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 73–83.
- Khoirunnisa, S. K. (2022). ANALISIS MANAJEMEN PENDIDIKAN SEKOLAH DASAR BERORIENTASI MULTIKULTURAL (Studi Kasus di SD Negeri Sangiang Jaya). 9(1), 306–312.
- Maharani, W. A. (2022). BERPIKIR KREATIF DAN MENERAPKAN MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH. <https://doi.org/10.31219/osf.io/4hvwr>
- Metta, M. W., & Susilo, B. W. (2025). Analisis Penerapan Produk Digital , Brand Awareness , dan Kualitas Layanan terhadap Persepsi Kinerja Cabang Bank X di Semarang. 18(2), 499–512.
- Pratiwi, Ananda Mega, A. R. (2023). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMSET DENGAN

- PENDEKATAN ANALISIS SWOT PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH PADA TOKO FIHADAESSIE SURABAYA. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 881–898.
- Priyono, Budi, N. M. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta*. 6(1), 1–12.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Pires, P., Santos, J. D., & Pereira, I. V. (2024). *Digital marketing : analyzing its transversal impact in marketing*. CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003384960>
- Pratiwi, Ananda Mega, A. R. (2023). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMSET DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH PADA TOKO FIHADAESSIE SURABAYA. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 881–898.
- Ratag, K. F., Lucky O. H. Dotulong, & Genita G. Lumintang. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Pada Anggota Kepolisian Di Satuan Reserse Kriminal Polresta Samarinda. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1293–1304. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50699>
- Soziduhu Waruwu, Y. M. (2023). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 45–58. <https://doi.org/10.31289/jimb.v15i2.2023>
- Stevi, & Artina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek , Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 139–150.
- Sumuweng, A. P., & Manggaukang, M. (2020). Pengaruh Kemampuan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Nusa Tenggara Barat. *CIVICUS: Pendidikan-Penelitian-Pengabdian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 8(2), 18. <https://doi.org/10.31764/civicus.v8i2.2761>
- Syam, D. L., & Mayangsari, I. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness : Studi Kasus Kandang Ayam Resto. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 197–211. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3268>
- Taqiya, A., Said, M., & Remmang, H. (2025). Analisis Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Rekening Pada Bank Central Asia Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 7(2), 252–261. <https://doi.org/10.35965/jbm.v7i2.5290>

Wisamsur, C. A., Trang, I., & Ogi, I. (2024). Pengaruh Kondisi Kerja Dan Perubahan Organisasi Terhadap Perilaku Kerja Di Pt. Pos Indonesia Kcu Manado the Influence of Working Conditions and Organizational Changes on Employee Work Behavior At. Pt. Pos Indonesia Kcu Manado. *Jurnal EMBA*, 12(1), 1096–1105.

Buku:

Kasmir. (2019). *Pemasaran Bank* (Suwito, Ed.). KENCANA. <https://books.google.co.id/books?id=l9jMDwAAQBAJ&lpg=PR1&ots=mCu-4U10bZ&dq=tujuan pemasaran bank kasmir&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=tujuan pemasaran bank kasmir&f=false>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of marketing* (19th ed.). Pearson. https://books.google.com/books/about/Principles_of_Marketing_Global_Edition.html?id=bn2EAAAQBAJ

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=UbfwtwEACAAJ&redir_esc=y

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Managing Marketing Implementation and Control*. Pearson. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=iRXGvAEACAAJ&redir_esc=y

Skripsi:

Cahyo, A. D. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS TANJAK PHOTOGRAPHY PADA SISWA SEKOLAH SMA DI PEKANBARU* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU]. <https://repository.uin-suska.ac.id/72720/>

Sumber Lainnya:

Antika, I. (2024). *Pentingnya lokasi dan tata letak perusahaan perbankan kantor pusat bank bri di gedung bri*. November.

Anto, A., Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *MANAJEMEN BANK*. qiara media publisher.

Bank Rakyat Indonesia. (2023). *Kembangkan Bisnis Anda dengan Menjangkau 70 Juta Nasabah BRI Bersama BRIAPI*. <https://developers.bri.co.id/id/news/kembangkan-bisnis-anda-dengan-menjangkau-70-juta-nasabah-bri-bersama-briapi>

BINUS UNIVERSITY. (2025). *Memahami Digital Marketing: Konsep Dasar & Penerapan Praktis*. <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2025/10/14/memahami-digital-marketing-konsep-dasar-penerapan-praktis/>

Bank Rakyat Indonesia. (2023). *BritAma Bisnis - Bank BRI | Melayani Dengan Setulus Hati*. <https://bri.co.id/britama-bisnis-umkm>

Digital Marketing, N. (2023). *Pengertian pemasaran Menurut Para Ahli*.

- <https://lspdigitalmarketing.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Gumilang, N. A. (2020). *Observasi: Definisi, Ciri-Ciri, Jenis-Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya* – Gramedia Literasi. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/literasi/observasi/#Observasi_Partisipatif
- Hidayatulloh, Y. (2024). *Pengertian Pemasaran Digital, Fungsi, Karakteristik, Kelebihan, Tujuan dan Contohnya*. <https://www.yusufhidayatulloh.com/pengertian-pemasaran-digital-fungsi-karakteristik-kelebihan-tujuan-dan-contohnya/>
- Imanulloh, H. (2024). *Brand Awareness: Pengertian, Tingkatan dan Cara Meningkatkan*. Utas. <https://utas.co/blog/brand-awareness/#:~:text=pada kategori apa-,3.,produk Anda dibandingkan produk lainnya>
- Halilintar, R. B., & Ariyus, D. (2018). Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Agc (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page) Studi Kasus: Website Gallery. *Semnasteknomedia Online*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=mwvb8pgAAAAJ&citation_for_view=mwvb8pgAAAAJ:u5HHmVD_uO8C
- Mongare, E. (2024). *What are the 5 characteristics of digital marketing?* <https://www.linkedin.com/pulse/what-5-characteristics-digital-marketing-erick-mongare-u38zf>
- Rosyda. (2020). *Pengertian Bank: Fungsi, dan Jenis-Jenis Bank di Indonesia*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-bank/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PUSTAKABARUPRESS.
- undang-undang. (2026). *UU No. 10 Tahun 1998*. <https://peraturan.bpk.go.id/details/45486/uu-no-10-tahun-1998>
- Telkom University. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Kelebihan dan Kekurangan - Telkom University*. <https://telkomuniversity.ac.id/penelitian-kuantitatif-pengertian-ciri-ciri-kelebihan-dan-kekurangan/>
- Universitas Negeri Surabaya. (2024). *Ketahui 7P Marketing Mix Sebelum Memulai Usaha!* <https://ikom.fisipol.unesa.ac.id/post/ketahui-7p-marketing-mix-sebelum-memulai-usaha>
- United Nations. (2019). *World Population Ageing 2019*. united nations