

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee* (Vol. 20), 80.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2020). *Marketing: An Introduction*. 5.
- Astuti, M., Sembiring, R., & Argo, J. G. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0*. Deepublish, 73-74.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, 7-10.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media, 115-118.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Universitas Diponegoro, 161.
- Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2021). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi Spss Dan Statcal (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)*, 51-55.
- Irawan, D., & Mutmainah, A. D. (2022). Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Kepribadian Yang Mulia. *Symfonia Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 97–110.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Global Edition, 27-32.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2020). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*. Springer, 24-29.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., Kleiser, S. B., & Mookerji, A. (2022). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy* (14th ed.), 284-287.
- Pambayun, E. L., & Permassanty, T. D. (2021). *An Integrated Marketing Communication Circle in 4.0 Era: Filosofi, Konsep, dan Implementasi*. Penerbit Adab, 88-90.

- Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PT. RajaGrafindo Persada, 45-47.
- Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (Cet 2). Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Penerbit Insania.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sihombing, N. S., Pardede, erwin, Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina, 154.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Sudaryono. (2021). *Statistik I: Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 80.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA, 38.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset, 3-5.
- Wahyuning, S. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis. In *Penerbit terkait*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Mende, M. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.).

JURNAL / KARYA ILMIAH:

- Alfani, M. H., Nuraini, P., Hamzah, Z., & Arif, M. (2025). Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru. *Islamic Banking and Finanvce*, 8, 368–375.

- Aryawan, A. (2018). *Pengaruh Direct Dan InDirect Marketing Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bri Syariah Kcp Metro* (Number 1).
- Asih, A. N., Devis, Y., & Abidin, A. R. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Di Rumah Sakit Pekanbaru Medical Center (PMC) Kota Pekanbaru Tahun 2020. *Media Kesmas (Public Health Media)*, 1(2), 402–409.
- Handayani, T. (2018). *Sosiologi ekonomi*. Jakarta, Indonesia: Bumi Aksara.
- Haykal, D. F., & Rozak, I. A. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Tabungan Pendidikan pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya*. <http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/antaradhin>
- Ika, N., Soleha, F., Prasetyo, N., & Dwiyantri, Y. H. (2026). *Implementasi Strategi Pemasaran Direct Selling Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Nasabah di PT Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Muncar*. 7(3), 1622–1632.
- Insiyah, C. (2025). Pengaruh Strategi Digital Marketing Dan Tingkat Bagi Hasil Akad Mudharabah Terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan. *NBER Working Papers*, VIII(I), 89.
- Irawan, D., & Mutmainah, A. D. (2022). Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Kepribadian Yang Mulia. *Symfonia Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 97–110.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Noviana, S., & Haryanti, P. (2025). Analisis Efektivitas Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak*, 2(4), 68–77. <https://doi.org/10.61132/jbep.v2i4.1824>
- Prayitno, M. S. (2024). “Pengaruh Direct Marketing, Kepercayaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Pada Produk Cicil Emas” *Studi Kasus Pada Bank Mandiri Syariah Kc Depok* (Vol. 2).
- Putri, S. T. (2019). *Analisis perbedaan entrepreneur self efficacy ditinjau dari jenis kelamin*. Psikosains: Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi
- Rawung, N.; Mekel, P. & Worang, F. (2015). the Influence of *Direct Marketing* and Advertising Toward Customer Purchase. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 426–436.

- Safitri, A. D., Prabowo, H., & Indiasari, I. (2024). Pengaruh *Direct Marketing* Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Produk Frozen Fish Ud. Karya Mandiri Juwana. *Manajemen*, 4(2), 44–55. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v4i2.803>
- Salsabiila, D., & Pardian, P. (2023). Mimbar Agribisnis: The Effect Of *Direct Selling* Marketing On Consumer Buying Interest In The General Trade Segment At PT XYZ. *Juli, 2023*(2), 1719–1733.
- Ulfa, L. A., & Nawari. (2020). *Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Pemasaran Konvensional dan Digital*. 5(2), 176–192.
- Veronica, A., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah*.

WEBSITE:

- Bjb, B. (2024). *Profil Perusahaan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk*.
- Satriawan, H. (2026, January 5). Ringkasan Eksekutif Data Distribusi Simpanan Bank Umum Desember 2025. *Lembaga Penjamin Simpanan*
- Riyadi, M. I. (2024, December 31). Press Release: Reflection 2024: Indonesian Banking Remains Solid and Optimistic Amid Global Economic Uncertainty. *OJK*.