

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ryan, D., & Jones, C. (2021). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (5th ed.). Kogan Page
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Jurnal:

- Gunawan, A., Siregar, M. F., & Wijaya, H. (2020). Strategi digital marketing dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada industri perbankan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 85-94.
- Harahap, S. M., Pradana, F., & Purnomo, W. (2025). Penilaian Penerimaan Teknologi Pembayaran Berbasis Mobile Phone Dengan Metode UTAUT 2 (Studi Kasus: Aplikasi Wondr by BNI). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (J-PTIIK)*, 9(8)
- Kingsnorth, S. (2021). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing* (2nd ed.). Kogan Page.
- Makom, M. R. (2023). Analisis Digital Marketing, Citra Merek, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(3), 141-151. <https://doi.org/10.60036/jbm.v3i3.125>.
- Otopah, S., Putri, M., & Wulandari, D. (2024). Digital Marketing, Trust, and Customer Engagement: Pengaruhnya terhadap Minat Nasabah Bank Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 2(1), 34-47.
- Putra, C. V., Way, N. T., Ricky, R., Esfandiany, S., & Eryc, E. (2024). Analisa digital marketing sektor perbankan: Perbandingan aplikasi mobile banking Livin' by Mandiri dan MyBCA dalam memaksimalkan potensi pasar digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 10–21. <https://doi.org/10.69714/vsmsvn05>
- Putri, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 45-58.

- Rahman, A. (2021). Pengaruh penggunaan mobile banking terhadap minat nasabah. *Jurnal Cyberspace*. Diakses dari <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/cyberspace/article/view/4161>
- Rahmadani, F. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (E-BIS)*, 3(1), 55-67.
- Rahman, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking terhadap Minat Nasabah. *Jurnal Cyberspace*, 5(2), 112-125.
- Sari, N. (2023). Pengaruh fitur mobile banking terhadap minat penggunaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. Di akses dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/18171h>
- Sari, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Penggunaan Layanan Digital Perbankan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 112-125.
- Umami, R. L. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi dan Digital Marketing Terhadap Minat Menggunakan Fitur Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Generasi Z Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 10-21.
- Zafira, Z. T., Tania, K. D., & Sari, W. K. (2025). Sentiment-Based Knowledge Discovery of Wondr by BNI App Reviews Using SVM, KNN, and Naive Bayes for CRM Enhancement. *JAIC (Journal of Applied Informatics and Computing)*, 9(5), 2498-2508. <https://doi.org/10.30871/jaic.v9i5.10323>

Website:

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Laporan survei internet Indonesia*.
- PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2026). Data jumlah pengguna aktif aplikasi Wondr by BNI Kantor Cabang Tasikmalaya periode 2026. Sistem dash.bni.co.id. Dokumen internal bank