

DAFTAR PUSTAKA

REFERENSI BUKU

- Aziza, I. F., Prayogi, A., Halim, F. A., Vanda, Y., Rejeki, D. S., Aristanto, Kardha, D., Wulandari, A. A., Ardhana, V. Y. P., Chandrasari, A. Z., Nurkukuh, D. K., Mulyodiputro, M. D., & Ridho, S. L. Z. (2024). *Metodologi penelitian: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. CV Lauk Puyu Press.
- Enny Radjab & Andi Jam'an. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. UMM Makassar.
- Ghazali, A. (2020). Bab III Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing management*. Pearson UK.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Keller, K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson UK.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Eureka Media Aksara.

REFERENSI JURNAL

- Amalia, E., Maryati, H., & Desiana, L. (2024). Penerapan sosial media dan *brand image* terhadap pemasaran produk bank syariah. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, 1(4), 94–102.
- Debbie Valentine, A. M. G. (2024). Faktor pendorong penggunaan layanan perbankan digital dan pengaruhnya terhadap *brand image*. 5(5), 3588–3602.
- Dennis Eka. (2018). *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Depok* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Damanik, M., Sembiring, B. K. F., Rini, E. S., & Hutagalung, A. Q. (2023). Pengaruh *brand image*, experiential marketing, dan product quality terhadap *customer loyalty* merek Tropicana Slim pada premium community. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(6), 138–153.
- Eleison, G. K. W., Lumanaw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh viral marketing, food quality dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA*, 11(3), 431–441.
- Fahimah, M., & Rahman, M. T. (2023). Loyalitas nasabah dari citra merek dan kepercayaan merek Bank Syariah Indonesia cabang Jombang. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 6(3), 32–41.
- Fajri, M. N. (2022). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa keuangan pada PT. Gadai Syariah Cabang Tenggarong. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 213.
- Habsy, B. A., A'yun, S. Q., Widyanika, I., Anwar, R. N., Firdaus, W. R., Tirtasari, N. A., & Ramadhan, R. M. (2019). Manajemen pengumpulan data. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(6), 34–46.
- Hadian, D., Kusuma, S., Dediwan, D., & Margaretha, Y. (2025). Corporate and *brand images* and *customer loyalty*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(1), 239–248.
- Khoirul Anisah, N. N. (2022). Pengaruh *brand awareness* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(2), 422–432.
- Lubis, D. S., Arif, M., & S. (2023). Pengaruh citra bank terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan dengan pelayanan sebagai variabel

- moderating pada PT. BPRS Al-Wasliyah Medan Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(4), 1–19.
- Mukminin, M. A., & Latifah, F. N. (2020). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Sidoarjo. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 4(1), 54.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi *brand equity*: *Brand trust*, *brand image*, *perceived quality*, & *brand loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Saidah, D., Subandi, S., W, R. E., Fitriana, R., & Darunanto, D. (2025). Determinasi keputusan pembelian pada perusahaan penerbangan: Inovasi produk, kualitas produk dan promosi. 7(1), 886–896.
- Solihin, R., Syahbudin, F., & Kostaman, K. (2024). Pengaruh strategi marketing mix terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia. 12(2).
- Supriyadi, S. (2022). Upaya meraih kesetiaan nasabah bank melalui *brand image* teori integrated marketing communications. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 136–147.
- Vajri Rahman, A. (2022). Pengaruh *brand image* terhadap minat nasabah dengan Korean Wave sebagai variabel intervening. *Journal of Science Education and Management Business*, 1(3), 200–206.
- Yuvita, H. (2019). Pengaruh *brand image* dan sales promotion terhadap keputusan pembelian melalui *brand equity*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446.
- Zafira, P., & Sugiarti, R. (2022). Pengaruh citra perusahaan, iklan dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan IB Amanah di BPRS Al Salaam Amal Salman Cabang Bandung. *Jurnal Dimamu*, 1(2), 198–207.