

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I Gede, dkk. 2014. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Volume 4 Nomor 1.
- Amrina,Mila. 2021. “ Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana ZIS (Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh) Di Laznaz Izi Jawa Timur”. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol. 4, No. 1.
- Anggraeni, Triska Nur. 2021. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap minat nasabah Dalam Penggunaan Produk Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta”. *Skripsi*. Malang : UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Ari Raharjo, Terry Elida. 2019. *Pemasaran Digital*.Bogor: IPB Press.
- Arifin, Alvin. 2019. *Gabungan Akademisi Manajemen*. Madura: STIEBA Madura PRESS.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2005. *Bank Syariah : Gambaran Umum*.Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Asriani. 2011. “Pemanfaatan Internet Marketing Dalam Pemasaran Produk Unggulan Pertanian Provinsi Gorontalo”. *KAREBA: Jurnal Komunikasi*. No. 3, Vol. 1.
- Assauri,Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azizah,Ulfatul . 2020 .“Pengaruh *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Marketing* Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tpbungan Faedah BRI Syariah Ib (Survei Pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga)”. *Skripsi*. Purwokerto : IAIN Purwokerto.

[www, Bankbsi.co.id](http://www.Bankbsi.co.id), diakses pada tanggal 4 Juni 2022

www.Bcasyariah.co.id, diakses pada tanggal 4 Juni 2022

Berndt, Ralph. 2007. *Managing Corporate Brands*. Germany: Auflage.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Departemen Agama Republik Indonesia. 1989. *Al – Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang:CV Thoha Putra.

Economic Update CNBC Indonesia, diakses pada tanggal 4 Juni 2022

Erma Suryani, Amalia Faradibah. “Pengembangan Model Simulasi Sistem Untuk Meningkatkan Efisiensi Sistem Operasional Transportasi”. *Jurnal Ilmiah*, Vol. 11.

Harminingtyas,Rudika. 2014. “Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan” .*Jurnal STIE Semarang*. Vol.6, No. 3.

Hiberman,Miles. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Nethods Sourcebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Hidayat, Yayat Rahmat.2018. “Analisis Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Untuk Meningkatkan Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean”. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keunangan Syariah*. Vol. 2, No.2.

<https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/14/>, diakses pada 29 maret 2022, Pukul 20.00

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1998/10tahun~1998uu.htm>, diakses pada 29 maret 2022, Pukul 20.00

https://www.ojk.go.id/waspada_investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf.diakses pada 29 maret 2022. Pukul 20.00

- Ichsan, Nurul. 2016. "Akad Bank Syariah". *ASY-SYIR'AH: Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*. Vol. 50, No. 2.
- Karim,Adiwarman. 2009. *Bank Islam*.Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Keller, Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran Jlid 1*.Jakarta: Erlangga.
- Keller,Philip Kothler dan Kevin Lane. 2005. *Marketing Manajemen*.Jakarta: Pearson International Edition.
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran*.Jakarta: Prenhalindo.
- Maulana, Fajar Rezky. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bnak Syariah". *JIHBIZ : Global Journal of Islamic Banking and Finance*. Vol. 2, No. 2.
- Moeloeng,Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2014.*Manajemen Dana Bank Syariah*.Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Musnaini. 2020. *Digital Marketing*.Banyumas: CV. Pena Persada.
- Ngafif, Muhamad. 2014. "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Peerspektif Sosial Budaya". *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*. Vol. 2, No. 1.
- Ningrum, Eka Rahayu Puspita. 2021. "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Nasabah pada Bank Muamalat KC Kediri di Masa Pandemi Covid 19". *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Ningsih, Mardhiyatur Rosita. 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol.2, No. 1.
- Nurcahyani, Rifki. 2020. " Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah". *Skripsi*. Yogyakarta:Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Observasi di Desa Karang, pada tanggal 20 Mei 2022

Observasi di Ngasem Desa Karang Trenggalek, pada tanggal 17 Mei 2022

www. Ojk.go.id, diakses pada tanggal 4 Juni 2022

Qur'an Kemenag dalam <https://quran.kemenag.go.id> ,diakses pada 4 Juli 2022

Ramdani, Danang. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Marketing*, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Generasi Z Terhadap Bank Syariah”. *skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Retnadi, Anggiani Septia Riyadi, Eko., dkk. 2012. “perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Subsistem Guru Di Sekolah Pesantren Persatuan Islam 99 Rancabango. ISSN: 2302-7339. Vol.9, No. 40.

Rianto, Nur. 2019. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Ridwan. 2004. *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta.

Rusby, Zulkifli. 2017. *Manajemen Bank Syariah*. Riau: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.

Setiawan, Adil. 2020. “Pengaruh Internet Banking Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar”.*Jurnal Mirai Management*. Vol. 5, No. 1.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Sukandi ,Andi. 2019. “Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak Pada Citra Lembaga Perbankan”. *Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol.21, No. 3.

Sulaksana2003. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suwanto. 2017. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung :Simbiosis Rekatama Media.

- Suyitno,Ahmad Tanzeh. 2005. *Memahami Penelitian*. Bandung: CV. Afabeta.
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha,Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Tanzeh,Ahmad. 2004. *Metode Penelitian Praktis*. Jakarta Pusat: PT Bina Ilmu.
- Wahyuni,Raden Ani Eko. 2019. “Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaraan Fintech Syariah”. *Mahkamah: Jurnal Kajian Hukum Islam*. Vol. 4, No. 2.
- Wawancara dengan Bapak Penda selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 18 Mei 2022
- Wawancara dengan Bapak Rebo selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 15 Mei 2022
- Wawancara dengan Bu Isfaul Fitri selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 20 Mei 2022
- Wawancara dengan Bu Maryam selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 17 Mei 2022
- Wawancara dengan Bu Novi selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 17 Mei 2022
- Wawancara dengan Bu Sintia selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 18 Mei 2022
- Wawancara dengan Bu Sunarti selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 20 mei 2022
- Wawancara dengan Bu Winarti selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 20 Mei 2022
- Wawancara dengan Ibu Diah selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 18 Mei 2022

Wawancara dengan Ibu Ernik selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 20 Mei 2022

Wawancara dengan Mas Tegar selaku nasabah bank syariah, pada tanggal 17 Mei 2022

Wicaksono, Kuspuji Catur Bagus. 2013. "Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan". *Binus Business Review*. Vol. 4, No. 1.

Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta : LPFE Usakti.