

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Aditya wardhana. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia*. Jurnal Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom. hlm. 327–337.
- Anjani, Ikrima Yasmin, Afifudin, Abdullah Syakur Novianto. 2024. *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Malang Jawa Timur (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pakis-Malang)*. Warta Ekonomi. Vol. 7. No. 1, hlm. 258-269.
- Annadafah,Ubaidullah Muayyad. 2022. *Penggunaan Digital Marketing di PT. Bank Syariah Indonesia dengan Pendekatan Search Engine Optimization (SEO)*. Alkasb: Journal of Islamic Economis. Vol. 1. No. 1, hlm. 90-106
- Arikunto, Suharsimi. 2018. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Burhan, Leni, Wachyu Sulistiadi. 2022. *Optimalisasi Strategi Digital Marketing Bagi Rumah Sakit*. Jurnal Manajemen dan Bisnis (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, hlm. 20
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Dafiq, Bahru Ilmi, Amalia Nuril Hidayati, Muhammad Alhada Fuadilah Habib. 2022. *Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Digital Marketing, Brand Image dan Word Of Mouth terhadap Minat Generasi Z pada Bank Syariah*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan. Vol. 4. No. 11, hlm 4971-4982.
- Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where millennials end and post-millennials begin*, dalam <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>, diakses 5 Oktober 2024
- Edi Riadi. 2011. *Statistika Penelitian Analisis Manual Dan IBM SPSS*, Jogjakarta
- Hardilawati, Wan Laura. (2020). *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, Vol. 10. No. 1, hlm. 89–98.
- Haryanto, Aris Tri, Septiana Novita Dewi. 2020. *Strategi Pengembangan Digital Marketing, Orientasi Ekuitas Merk, Marketing Intermediaris dan Kinerja Pemasaran di Perbankan Syariah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol. 6. No. 02, hlm. 163-170.
- Hermawan. 2009. *Persaingan Dunia Digital*. Journal of Management and Marketing. Vol. 2. No.1. hlm. 21.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/optimal.html>, (diakses pada 03 September 2024)
- Kartawaria, Josephine Ruth, Albert Claus Normansah. 2023. *Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up*. Vol. 4. No.1, hlm. 21-29
- Kusnadi, Edi. 2008. *Metodologi Penelitian, (Aplikasi Praktis)*. Jakarta Timur: Ramayana Pers.

- Kusumaningrum, Budiani, dkk., 2023. *Strategi dan Inovasi Digitalisasi Marketing pada Bank Syariah Indonesia*. Jurnal Akuntansi Pajak. Vol. 24. No. 01, hlm. 1-6.
- Makom, Maharani Rona. 2023. *Analisis Digital Marketing, Citra Merek, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang*. Jurnal Bisnis Mahasiswa. Vol. 3. No. 3, hlm. 141-151.
- Moleong, Laxy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- N, Chole, Dhamik K. M. 2018. *Digital Marketing & Sosial Media*
- Nasrul, H. W., Buulolo, M., & Ratnasari, S. L. 2021. *Pengaruh Karakteristik Individu, Lingkungan Kerja, Iklim Organisasi, Motivasi, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan*. Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR), Vol. 10. No. 2, hlm. 317–330.
- Nazir. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurmala, E., Maslichah, M., & Mawardi, M. C. 2022. *Strategi Digital marketing Dalam Peningkatan Nasabah Di Bank Muamalat Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Muamalat Kota Malang Saat Pandemi Covid-19)*. El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal, Vol.3. No.2.
- Octavianus, Welly. 2020. *Strategi Optimalisasi Kinerja Kepemimpinan Gereja Lokal*. Integritas: Jurnal Teologi. Vol. 2. No.1, hlm 77-94.
- Pertiwi, Fia Ayuning. 2024. *Strategi Digitalisasi Teknologi dalam Pemasaran Bank Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Probolinggo)*. Jurnal Multidisiplin. Vol. 3. No. 4, hlm. 52-56.
- Philip, Kotler, Gery Armstrong. 2014. *Prinipal of Marketing*.
- Pradesyah, Riyan. 2023. *Digital Marketing and Product Literacy On Generation Z Interest In Using Sharia Bank*. UPMI Proceeding Series. Vol. 1. No. 01, hlm. 1464-1469.
- Purwana, Dedi. Dkk. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) Vol. 1 No. 1. hlm. 1-17
- Putranto, T. D. 2018. *Kelas Sosial Dan Perempuan Generasi Z di Surabaya Dalam Membuat Keputusan Setelah Lulus Sekolah Menengah Atas*. Jurnal Komunikasi Profesional, Vol. 2. No. 1, hlm. 15–28.
- Riadi Edi , "Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS", Yogyakarta: Andi, 2016
- Sabila, Nur. 2019. *Pengantar Digital Marketing*. Semarang: STEKOM.
- Sanjanya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sari, Dela Novita, Muhammad Iqbal Fasa. *Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 4. No. 1, hlm. 4.
- Sari, Della Novita, Muhammad Iqbal Fasa. 2023. *Analisis Konten Instagram sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB). Vol. 4. No. 1, hlm. 1-10.

- Siregar, Budi Gautama. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Siringoringo, Hotniar. 2005. *Seri Teknik Riset Operasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm. 4.
- Siringoringo, Hotniar. 2015. *Pemograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sitisholihati. 2007. *Wanita Dan Media Massa*. Jakarta: Teras, hlm. 31.
- Stillman, D., & John Stillman. 2018. *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syafitri, Dina, Alim Murtani. 2024. “*Analisis Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelana Raya*”. Jurnal Widya. Vol. 5. No. 2. hlm. 1839-1846
- Tim Prima Pena. 2015. *Kamus Besar Indonesia*. Jakarta: Gita Media Press
- Wardhana, Aditya. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV UPI, 327-337.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. 2020. *Digital Marketing*. Malang: Edultera.
- Winardi. 1996. *Pengantar Manajemen Penjualan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 363.
- Wulansari, Andhita Dessy. 2016. *Aplikasi Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- Yulianto, Andi, Robby Setiadi. 2022. *Digital Marketing Revolusi Pemasaran Tradional Menuju Masa Depan*. Dosyeng Publishing.