

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. A. N. (2021). Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol 6(No 1), 243.
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, Vol 9(No 1), 59.
- Agnestian, Y. (2021). *Pengertian Bank*.
- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, Vol 11(No 1), 37.
- Arfan, N. N. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Arimbi, D. F. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi SHOPEE)*. Sekolah tinggi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Arischa, S. (2019). Analisis Beban Kerja Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Dan kebersihan Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) FISIP, Volume 6*(I Januari – Juni), Hal. 8.
- Babel, B. S. (2013). *No Title*. PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung. <https://www.banksumselbabel.com/syariah/>
- Baskoro, A. P. (2018). Gaya Eksekusi Iklan Digital Studio Workshop Depok Melalui Poster. *Jurnal Ilmu Komunika*, Vol 5(No 1 April), 15.
- Benyamin, A. P. (2019). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) Di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 2(N. 3), 3.

- Budiyanto, A., Komala, L., Wibowo, W. A., Imbron, & Zaman, M. B. (2021). Konten Kresi Sebagai Sarana Pemasaran Digital. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, Vol 2(No 3), 4.
- Calvin, & Sukendo, G. G. (2019). Gaya Hidup dan Kreativitas (Studi Deskriptif Kualitatif pada Anton Ismael). *Jurnal Untar*, Vol 3(No 1), 171.
- Candra, M. A. A., & Wulandari, I. A. (2021). Sistem Informasi Berprestasi Berbasis Web Pada SMP Negeri 7 Kota Metro. *Jurnal Mahasiswa IlmuKomputer (JMIK)*, Vol 1(N0 1 Maret), 180.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, Vol 1(Nomor 2 Juli), 302.
- Entaresmen, R. A. (2016). Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, Vol 9(No 1), 63.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1(No. 2), 64.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, Vol 3(No 3 September), 80.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisi Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar HadiSurakarta. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, Vol 3(No 1), 145.
- Hidaya, N. (2018). *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan EFO Store*.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Maketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM Dalam Menghadapi Era Industri

4.0. *Journal of Character Education Society*, Vol 3(No. 3 Oktober), 652.

Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran* (W. N. Hidayati (ed.); 1st ed.). UNPAM PRESS. <http://eprints.unpam.ac.id/>

Isni, N. (2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Business Online Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palopo*. Institut Islam Negeri Palopo.

Janni, A. M. (2018). Peranan Perbankan Sebagai Lembaga Penyalur Kredit Bagi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, Vol 7(No 3), 128.

Juandi, M. (2021). “Strategi Pemasaran Digital Melalui Social media Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Di Kelurahan Tuah Karya Menurut Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, Vol 3(No. 2 Agustus), 20.

Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPOPCONNECTION. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, Vol. 10(No.1 Maret), 40.

Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6(NO 3), 29.

Ledy, D. S., Haryono, D., & Situmorang, S. (2019). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus Pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan DI KOTA BANDAR LAMPUNG). *Jurnal JIIA*, Vol 7(NO 1 Februari), 58.

Liedfray, T., Waani, F. J., & J Lasut, J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, Vol

2(No 1), 2.

Mardhatillah, W., & Junaedi, D. (2022). Implementasi Direct Marketing pada Bank BPR Datagita Mustika. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 4(No 1), 5.

Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, Vol 5(No. 2), 82.

Maudi, E., & Susilowati. (2018). Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara. *Jurnal Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika*, Vol 9(No 1 Maret), 33.

Mohammad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. (*Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, Vol 1(Nomor 1, April), 19.

Mukromin, W. L. (2019). Media Sebagai Lembaga Sosial Dan Komersial. *Jurnal Al-Nashihah*, Vol 3(No 2), 3.

Nabila, A. G., & Tuasela, A. (2021a). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *JURNAL KRITIS*, Vol 5(No 2 EDISI OKTOBER), 21.

Nabila, A. G., & Tuasela, A. (2021b). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *JURNAL KRITIS*, Vol 5(NO 2 EDISI OKTOBER), 22.

Ningrum, E. R. P. (2021). *Strategi Digital Marketing Dalam Peningkatan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri Pada Masa Pandemi COVID-19*.

Nisa, P. C., & Tamzil, F. (2021). Strategi Digital Bussines Untuk UMKM. *Jurnal Abdimas*, Vol 7(No 4 Juni), 356.

- Nurkholiq, A., Saryono, O., & Setiawan, I. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, Vol 6(Nomor 2 Oktober), 395.
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap). *Urnal Manajemen Dan Ekonomi*, Vol 4(No 2), 197. jurnal.unugha.ac.id
- Nurrohman, T. (2019). *Implementasi Digital Marketing Komunitas #AYOKEDAMRAMAN Sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Nurwand, A., & BAdriah, E. (2020). Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksanaan Inovasi Desa (PID) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, Vol 7(NO 1 April), 72.
- Prasetyo, D. D., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 41(No. 1 Desember), 172.
- Prashanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *JURNAL LONTAR*, Vol 6(NO 1), 16.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Volume 1(Nomor 2, Agustus), 212.
- Pritandhari, M., & Ratnawuri, T. (2018). Analisis Pembelajaran Monopoli Ekonomi (Monokomi) Pada Siswa Boarding School. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol 6(No 2), 103.
- Renata, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek (Program Crowdsourcing Foto Periode 18 Juli 2016 – 2 April 2017 di Instagram). *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, Vol 22(No 1

juni), 16.

- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 2*(No. 1 Februari), 141.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, Vol 6*(No 2), 50.
- Saepul, S. A., Mulyatini, N., & Prabowo, F. H. E. (2019). Analisis Faktor - Faktor Penetapan Lokasi Strategis Perusahaan PT. POS Indonesia Cabang Ciamis Sebelum DAN Sesudah Renovasi (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia Cabang Kantor Pos Ciamis). *Journal Business Management and Enterprenuership, Vol 1*(No 2), 28.
- Sahani, G. O. M. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada E-Commerce Website Berrybenka)*. Universitas Bakerie.
- Santoso, & Rahmawati, U. (2016). Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan UMKM Di Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Penelitian, Vol 10*(No 2 Agustus), 326.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi, Vol 21*(NO 3 Oktober), 311.
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abbdurab Terhadap KEPUASAN Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source, Vol 3*(No. 1, Juni), 133.

- Septiningrum, L. D., Sadiyah, K., Hasin, J. M., Gustiasari, D. R., & Darsita, I. (2020). Peengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majelis Taklim Al Auladiyah. *Artikel Luaran PKL, Vol 1*(No. 3 September), 2.
- Setyani, T. P. H., & Gunandi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA, Vol 1*(No 1), 92.
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan PT Enseval Putera Megatrading, Tbk. *Journal of Applied Business Administration, Vol 2*(Nol 1 Maret), 48.
- Sitinjak, D. D. J. T., Maman, & Suwita, J. (2020). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Administrasi Kursus Bahasa Inggris Pada Intensive English Course Di Ciledug Tangerang. *JURNAL IPSIKOMJURNAL IPSIKOM, Vol 8*(NO 1), 5.
- Sondak, S. H., Taroreh, R. N., & Uhing, Y. (2019). Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA, Vol 7*(NO 1 Januari), 65.
- Sunarsih, & Hartono, N. R. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Media, Vol 9*(No. 1), 23.
- Suprpto, H. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Silvi MN Paradila Parengan Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM), Vol 4*(No. 2 Juni), 953.
- Supriyadi, A. (2017). Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia. *Jurnal MALIA, Vol 1*, 3.

- Vildayanti, R. A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. : : *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, Vol 3(No. 2), 253.
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal UIN Malang, Agustus*, 2.
- Widiastomo, enrikus E. H., & Achsa, A. (2021). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol18(No 1), 16. journal.feb.unmul.ac.id
- Widiastomo, enrikus E. H., & Ascha, A. (2021). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. *Jurnal Ekonomi an Bisnis*, Vol 8(No. 1), 17. <https://journal.feb.unmul.ac.id/>
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol 4(No. 1 Januari), 86.
- Wijaya, H., & Wita, A. S. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Deal Java Sebagai Media Promosi Penjualan Terhadap Tindakan Beli Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Komuikasi*, Vol 16(No. 1), 2. <https://talenta.usu.ac.id/>
- Zubair, M. K. (2019). Akselerasi Pertumbuhan Bank Syariah Di Indonesia. *JurnalFakultas Hukum UII*, 1.