

DAFTAR PUSTAKA

- Afiilia, walangitan, o. (2021). Nasabah herid apner aflili. *Emba*, 2(1).
- Alfiatun, n. N., & adji, w. H. (2022). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee food di kota bandung nurma. *Jurnal pendidikan dan konseling*, 4, 1206–1214.
- Ali, k. (2017a). Pengaruh promosi dan atribut produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan ekasave pada bank eka kantor pusat metro.
- Ali, k. (2017b). Pengaruh promosi dan atribut produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan ekasave pada bank eka kantor pusat metro. *Jurnal ilmiah fe-umm*, 11(1), 36–44.
- Alma, b. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta cv.
- Arthur a. Thompson, m. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. Mcgraw-hill education.
- Asmara indahingwati, s. E. (2019). *Kepuasan konsumen dan citra institusi kepolisian pada kualitas layanan sim corner di indonesia*. Cv. Jakad media publishing.
- Assauri, s. (2011). *Manajemen pemasaran*. Rajawali pers.460 hal.
- Chaffey, d., & smith, p. (2017). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor & francis.
- Devy, n. A. A., & fikriyah, k. (2022). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan bsi mobile pada bank syariah indonesia kc surabaya dipenogoro nurul. *Jurnal ilmu komputer, ekonomi dan manajemen (jikem)*, 2(1), 1386–1398.
- Ghozali, i. (2018a). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Ghozali, i. (2018b). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25 edisi ke-9*. Universitas diponegoro.
- Gunawan, c. (2018). Pengaruh personal selling, celebrity endorser, dan trust terhadap keputusan pembelian produk mil global (studi kasus pada pt mione global indonesia'mil'). *Jurnal ilmiah bisnis, pasar modal, dan umkm*, 1(1), 1–9.
- Hanura tajudin, m., & sofyan, m. (2017). Pengaruh promosi, kepercayaan, dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) bank syariah mandiri kcp. Sawangan depok. www.republika.co.id,
- Hermawan, a. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga. P125.
- Karsa, u. K., karsa, s. A., goenawan, f., monica, v., komunikasi, p. I., kristen, u., & surabaya, p. (2020). Jenius vs digibank : analisis isi proses komunikasi pemasaran instagram digital banking di indonesia. *Jurnal e-komunikasi*, 8(2).

- Kismono, g. (2011). *Bisnis pengantar*. Fakultas ekonomi dan bisnis ugm.
- Kotler, & amstrong, g. (2012). *Dasar-dasar pemasaran jilid 1, edisi kesembilan*. Erlangga.
- Kotler, p. Dan k. L. K. (2016). Manajemen pemasaran. In *edisi 12 jilid 1 dan 2*. Pt. Indeks.
- Kurnia, i., & ketut martana, i. (2017). Pengaruh personal selling terhadap keputusan pembelian produk es batu pada pt. Agronesia divisi industri es saripetojo bandung. In *jurnal komunikasi* (vol. 2).
- Mahmud, a. (2023). Analisis pengaruh promosi digital dan kualitas layanan aplikasi go- food terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ekonomi & ekonomi syariah*, 6(1), 258–271.
- Mardiatmoko, g. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda). *Jurnal ilmu matematik dan terapan*, 14(3), 333–342.
- Masitoh, n., rosidah, e., & kurniawati, a. (2023). Pengaruh layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah pada pt bank negara indonesia (persero) tbk kantor cabang tasikmalaya. *Jurnal perbankan dan keuangan*, 4(1), 11–16. [Http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/banku](http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/banku)
- Monang. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank bca kota medan (studi kasus etnis cina). *Jurnal ekonomi dan keuangan*, 193–204.
- Nazri, a. (2021). Pengaruh personal selling terhadap keputusan pembelian produk hni (studi pada hni business center medan 1). *Jurnal ilmiah mahasiswa pendidikan agama islam*, 1(november), 1–15.
- Otoritas jasa keuangan republik indonesia. (2018).
- Putra abraham, m., & yusiana, r. (2023). *Personal selling melalui digital channel aplikasi sobat indihome telkom jakarta selatan 2022 personal selling analysis through digital channel (sobat indihome app, telkom jakarta selatan 2022)*.
- Putri maulidya, g., afifah, n., tanjungpura, u., & imam bonjol, j. (2021). *Perbankan dalam era baru digital : menuju bank 4.0*.
- Sahir, s. H. (2021). *Metodologi penelitian* (t. Koryati, ed.; 1st ed.). Kbm indonesia.
- Setiawan, w. (2017). Era digital dan tantangannya. *Seminar nasional pendidikan*, 1–9.
- Siregar, b. G. (2018). Keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada pt. Bank sumut cabang padangsidampuan. *Jurnal penelitian ilmu-ilmu sosial dan lkeislaman*, 04(1), 1–20.
- Sugiyono. (2016). *Pengertian sampel*. 81.
- Sugiyono. (2020). *S_pls_1701326_chapter iii*.

- Sugiyono, prof. Dr. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d - mpkk* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suharbi, m. A., & margono, h. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital indonesia di era revolusi industri 4.0. *Jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 4(10), 1–11. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Tjiptono, fandy, ph. D., & gregorius, d. (2017). *Pemasaran strategik*. Andi offset.
- Wulandari, h., ningsih, a., safitri, i., & yusuf, a. (2022). Pengaruh e-service quality dan kepuasan terhadap e-loyalty. *Business management journal*, 18(1), 51–60. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.3068>
- Yanto, y., & prabowo, p. (2020). Pengaruh personal selling terhadap pencapaian penjualan pada produk pembiayaan kpr bersubsidi di bank btn syariah bandung. *Jurnal bisnis dan pemasaran*, 10, 1–22.
- Yasin, r. M., lailiyah, n., & edris, m. (2021). Analisis pengaruh layanan digital perbankan syariah terhadap literasi keuangan syariah generasi milenial. *Jurnal ekonomi dan perbankan syariah*, 6(1), 75–89.