

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. (Boston: McGraw-Hill Irwin).
- Budiati Indah, dkk., (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak).
- Djaali, (2008) *Skala Likert* (Yogyakarta: Andi Offset).
- Ghozali Imam, (2013). *Aplikasi Analisis Multivariare Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Gunelius, (2011). *S. 30-Minute Social Media Marketing*. (United States: McGraw: Hill Companies).
- Nasrullah R, (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Priadana M. Sidik, Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021)
- Rohmadi Arif, *Tips Produktif Ber-Social Media* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016).
- Singgih Santoso, *Panduan Lengkap SPSS Versi20*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012)
- Sekaran Uma and Roger Bougie, "Research for Business—a Skill Building Approach," *John-Wiley and Sons, New York, NY* 4 (2010)
- Sernovitz, A. (2011). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. (New York: Kaplan Publishing).

- Soesilo Tritjahjo Danny, (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. (Salatiga: Satya Wacana University Pressh).
- Sofyan, Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana).
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet).
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta).
- Suharsmi Arikunto,. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta, Rineka Cipta,2010).
- Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cetakan ke-12.
- Wibowo Kevin Prasetya, (2019). *Pengaruh Promosi Starbucks Melalui Sosial Media "Line" Terhadap Loyalitas Konsumen*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata)
- Wiratna Sujarweni, (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).

Jurnal :

- Ariadi, S., & Saino, S. (2014). *Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Loyalitas Merek Indosat IM3*. (Jurnal Ilmu Manajemen) Vol. 2 No. 4, h. 1380–1392.
- C Chu, S., & Kim, Y. (2011). *Determinants of Consumer Engagement in Electronic Word of Mouth (eWOM) in Social Networking Sites*. (International Journal of Advertising) Vol. 30, No.1, h. 47-75.
- Christensen, C. M., McDonald, r., Altman, E. J., & Palmer, J. E. *Disruptive Inovation: An Intelectual History and Directions for Future Research*. (Journal Of Management Studies, 2018) vol. 7 no. 55, h. 1043-1078.

- Chriwardana Bayu Dewa, Lina Ayu Safitri. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Covid-19*. (Jurnal Pariwisata dan Budaya) Vol 12 No 1.
- Hadian Artanto, Firman Nurdiyansyah, *Penerapan Search Engine Untuk Meningkatkan Penjualan Produk*. (Journal of Information Technology and Computer Science, 2017) vol 1 no. 2.
- Harjadi, D., & Fatmasari, (2010). D. *Word of Mouth (WOM) Comuunication Sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran*. (Equilibrium) Vol. 4 No. 8, h. 1–11.
- Imron Ahmad Syaifulloh, dkk. (2018). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen : Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia)*. (Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi & Ilmu Komputer, Vol. 2 No. 9.).
- J. Mejia Trejo, (2020). *Covid-19 ads on purchase intention of online consumer behavior as business innovation activity: A contribution to the uses and gratification theory*. (Electron Commer Res) vol 49 no. 1.
- Nursiti, Aprillia Giovenna. (2022) *Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo*. (Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan), Vol 5 No. 1.
- Prakoso Ario dkk, (2016) *Pengaruh Social Media Advertising Terhadap Word Of Mouth dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. (Jurnal Administrasi Bisnis), Vol 41 No 1.
- Putri Amanda Dkk, *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita*. (Jurnal Sains Dan Seni ITS, 2017) Vol. 6 No. 1, h. 217–220
- Salsabila Nur Sayyidah dan Indrawati, (2022) *Pengaruh Social Media Marketing Activties terhadap Loyalitas Pelanggan pada Poduk Lokal UMKM di aplikasi Shopee*. (Jurnal Insprasi Bisnis & Manajemen) Vol 6 No 1.

Santoso, dkk. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita*. (Jurnal Sains Dan Seni ITS) Vol. 6 No. 1, h. 50–54.

Sukandi Andi, dkk. (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.

Internet :

Alliance Principal in with CIMB, *Penyebab Rendahnya Literasi Keuangan Di Indonesia, 2022* <https://blog.principal.co.id/penyebab-rendahnya-literasi-keuangan-syariah-indonesia>

Bank Syariah Indonesia, “Profil Perusahaan” dalam www.bankbsi.co.id.

Laporan Tahunan/*Annual Report* PT Bank Syariah Indonesia periode 2021 https://ir.bankbsi.co.id/annual_reports.html

Riyanto Andi Dwi. (2022). *Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital report 2022* <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>