

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Antonio, M. S. I. (2001). *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*. Gema Insani.
- Berlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Budiasih, Y. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi & Bisnis*. Tangerang: Jelajah Nusa
- Djali. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Enterprice, J. (2016). *Instagram Untuk Fotografi Digital & Bisnis Kreatif*. Publising House.
- Fauzi, T. (2017). *Email Marketing & Mailchim*. Pt. Puskomedia Indonesia Kreatif.
- Ghazal, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook Dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan Dengan Facebook Dan Instagramno Title*. Publishing House.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit UNDIP
- Green, D. J. (2017). *Ultimate Instagram Marketing*. Pt. Persada.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Academic Publishing Service,.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Media Pressdindo.
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Deepublish.
- Juni, P. D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Kotler, P. (2005). *Priciples Of Marketing*. Financial Times Prentice Hall.
- Muhson, A. (2015). *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: FE UNY.
- Philip Khotler, Dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Sabila, Nur. *Pengantar Belajar Digital Marketing*, Semarang: Nkust, 2019
- Sanjaya, R. (2009). *Josua Tarigan. Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang*. Pt Elex Media Komutindo

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Alfabeta.

Referensi Jurnal

- Aisy RR. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi*, 1(1), 1–160.
- Anisa Nur Fauzia, N. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial*. 1–6.
- Antonio, M. S. I. (2001). *BANK SYARIAH Dari Teori Ke Praktek*. Gema insani.
- Anwar, K. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(1), 1–122. h
- Arifin, Bustanol, Abdurrohman Muzakki, and M. W. K. (2019). Konsep digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4, 87–94.
- Berlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Djali. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Enterprice, J. (2016). *Instagram Untuk Fotografi Digital & Bisnis Kreatif*. Publising House.
- Fauzi, T. (2017). *Email Marketing & MailChim*. PT. Puskomedia Indonesia Kreatif.
- Ghazal, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*No Title. Publishing House.
- Green, D. J. (2017). *Ultimate Instagram Marketing*. PT. Persada.
- Hasan, A. (2013a). *Marketing*. Media Pressdindo.
- Hasan, A. (2013b). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Academic Publishing Service,.
- Indah Fajarwati Mulyaningtyas, Yoyok Soesatyo, N. C. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bank Syariah. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 53–66.
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan dan literasi keuangan*. Deepublish.
- 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.
- Juni, P. D. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Kartika, D. (2017). *Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah Atas Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Surakarta Angkatan 2014-2016*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA.
- Kotler, P. (2005). *Principles of Marketing*. Financial Times Prentice Hall.
- Kristiyadi, K., & Hartiyah, S. (2017). Pengaruh kelompok acuan, religiusitas, promosi dan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah terhadap minat menabung di koperasi jasa keuangan syariah (Studi Kasus pada BMT TAMZIS Wonosobo). *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 4(2), 44–63.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52, 5–44.
- Majid, S. M. A. dan M. S. A. (2019). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus dosen universitas syariah kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(2).
- Maulida, M. (2022). *Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Miftahuddin, A. (2016). Pengaruh Minat Pedagang Pasar Terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Ib Mikro Syariah Bank Dki Cabang Pembantu Syariah Bintaro. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
[http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/34044%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34044/1/Ahmad Miftahuddin - Fdk.Pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/34044%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/34044/1/Ahmad%20Miftahuddin%20-%20Fdk.Pdf)
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents And, Consequences Social media Marketing: Antecedents Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19.
- Nababan, D. (2012). *Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Nasution, D. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil)*. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil).
- Parasayu, R. I. (2021). *Pengaruh Literasi Kuangan Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma*. Universitas Sanata

Dharma Yogyakarta.

- Philip Khotler, Dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Pramana, W. (2022). *Implikasi Digital Marketing Dan Literasi Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Industri Kecil Dan Menengah Di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce*.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Makro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Dusun Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Puspitasari, N. S. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran dan digital marketing terhadap minat menabung di KSPPS BMT NU Jombang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Putri, N.M.D.R dan Henny, R. (2017). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan dan Faktor Sociodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rifky Nurcahyani. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara Di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sanjaya, R. (2009). *Josua Tarigan. Creative Digital Marketing Teknologi berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya hasil gemilang*. PT Elex Media Komutindo.
- Sari, D. I. (2017). Strategi Promosi dan Store Interior Pada Industri Ritel. *Jurnal Ecodemica*, 1, 185.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Alfabeta.

Referensi skripsi

- Indah Fajarwati Mulyaningtyas, Yoyok Soesatyo, N. C. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bank Syariah. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 53–66.
- Kartika, D. (2017). *Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah Atas Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Surakarta Angkatan 2014-2016*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Maulida, M. (2022). *Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Miftahuddin, A. (2016). Pengaruh Minat Pedagang Pasar Terhadap Keputusan

Menggunakan Pembiayaan Ib Mikro Syariah Bank Dki Cabang Pembantu Syariah Bintaro.

Nababan, D. (2012). *Analisis Personal Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.

Nasution, D. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil)*. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Singkohor Kabupaten Aceh Singkil).

Parasayu, R. I. (2021). *Pengaruh Literasi Kuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Pramana, W. (2022). *Implikasi Digital Marketing Dan Literasi Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Industri Kecil Dan Menengah Di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce*.

Puspitasari, N. S. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Digital Marketing Terhadap Minat Menabung Di Kspps Bmt Nu Jombang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Rifky Nurcahyani. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara Di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

