

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzi. *Pemasaran Internasional: Pengantar, Teori, Dan Konsep*. Malang: Empatdua. 2017. 116.
- Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010.
- Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. vol. 1. Bali: CV. Noah Aletheia, 2019,
- Andi. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Andi Link. diakses pada tanggal 28 april 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.
- Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Bank Syariah Indonesia” Diakses pada tanggal 20 November 2022 https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS. 2014.
- Diana Budi, Leavy dan Ridha. *Pemanfaatan Word Of Mouth Dan Citra Merek Bank Syariah Indonesia Terhadap Pembentukan Minat Dan Loyalitas Nasabah*, Jurnal VOXOP Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 1. 2022.
- Dimas Bayu, *Populasi Muslim Terbesar*, Data Indonesia, Januari 12, 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/8-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-ada-indonesia>
- Doni Hariadi dan Soebari Martoatmojo. Pengaruh produk, harga, Promosi dan distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Proyektor Microvision, Jurnal Ilmu dan Manajemen Vol.1 No.2, 2017
- Donni Juni Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Terpadu, 2017.
- Duwi Priyatno. *Paham Analisa Statistika Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom. 2010.
- Henk States, Pro Environmental Attitudes and Behavior Change. Encyclopedia of Applied Psychology. Vol. 3. 2004.
- Indriyani, Rizal Pahlevi. Efektivitas Pemasaran Bank Syariah Menggunakan Media Sosial Instagram Di Indonesia (Studi Kasus pada PT. BNI Syariah). Jurnal Paradigma 17, no. 1. 2020.
- Isti Pujihastuti, Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian, CEFRAS Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah, Vol. 2, No. 1. 2010.
- Jefry Romdonny dan Maskarto Lucky Nara Rosmadi. Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis, Ekonomika, Vol. 2. 2018.
- Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.

- Lili Adi dan Donni Juni, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Lubiana. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbuck menggunakan LINE), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 58 No. 1. 2018.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Buku Daros. 2009.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Eds 1. Cet 1. Yogyakarta: UPP AMP YKN. 2004.
- Muhammad Hanafi. Penggunaan Penggunaan Medai Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *JOM FISIP*, Vol. 3 No. 2. 2016.
- Novita Ekasari. Pengaruh Promosi Berbasis Sosia Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada Pt. Bfi Finance *Jambi*". *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2. 2014.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Alih Bahasa Nebyamin Molan*. Jakarta: Prenhallindo, 2006.
- Pipin Priatna dan Andri Sutira. Strategi Promosi Tabungan Ib Masalah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Teknik*, Vol. 1, No. 1. 2021.
- Ruri Anggraeni, Layaman, Diana Djuwita. Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 4, no. 3. 2019.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh* Jakarta: PT Indeks. 2007.
- Sugiyono. *Metde Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2014.