

DAFTAR PUSTAKA

- Afiruddin, M. (2021). *Tafsir Surah An-Nisa' ayat 29: Prinsip Jual Beli dalam Islam*. tafsiralquran.id. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-an-nisa-ayat-29-prinsip-jual-beli-dalam-islam/>
- Agustian, H., Purwitasari, I., & Fathurrijal, F. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Pembiayaan Multiguna Bess Finance Di Kota Baturaja. *Jurnal Publisitas*, 7(2), 64–71. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v7i2.40>
- Alifandi, T., & Fasa, M. I. (2025). Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI. *Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, 03(01), 25–32.
- Arifin, M. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (1 ed.). CV Gerbang Media Aksara.
- Ayesha, I., Wayan, I., Pratama, A., Hasan, S., Nur, A., Effendi, I., Yusnanto, T., Made, N. D., Diwyarthi, S., Santi, M., Dwi, D., Adhy, U., Mumuh, F., Fitriana, M., Ash, N., Egim, S., Wujarson, R., & Fitriana, F. (2022). *DIGITAL MARKETING (TINJAUAN KONSEPTUAL)*. (1 Chapter:, Nomor June). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. https://www.researchgate.net/publication/361733818_DIGITAL_MARKETING_TINJAUAN_KONSEPTUAL
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia*. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang->

kami

Bank Syariah Indonesia. (2023). *Bank Syariah: Prinsip yang Diamalkan dan Manfaat yang Didapat - Edukasi Syariah | Bank Syariah Indonesia.*
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/bank-syariah-prinsip-yang-diamalkan-dan-manfaat-yang-didapat>

Bank Syariah Indonesia. (2024a). *BSI Cetak Laba Impresif Rp1,71 Triliun Hingga Maret 2024 - Berita | Bank Syariah Indonesia.*
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-cetak-laba-impresif-rp171-triliun-hingga-maret-2024>

Bank Syariah Indonesia. (2024b). *BSI International Expo 2024 Impresif, Nilai Transaksi di Atas Rp2 T & Jumlah Pengunjung 52.000 Lebih - Berita | Bank Syariah Indonesia.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-international-expo-2024-impresif-nilai-transaksi-di-atas-rp2-t-jumlah-pengunjung-52000-lebih>

Bank Syariah Indonesia. (2024c). *Dirut BSI: Culture AKHLAK Jadi Pondasi Membangun SDM BSI - Berita | Bank Syariah Indonesia.*
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dirut-bsi-culture-akhlak-jadi-pondasi-membangun-sdm-bsi>

Bank Syariah Indonesia. (2024d). *Visi & Misi Bank Syariah Indonesia.*
https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html

Bank Syariah Indonesia. (2025). *BYOND FEST Hadir di Banjarmasin - Informasi Nasabah | Bank Syariah Indonesia.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/info-nasabah/byond-fest-hadir-di-banjarmasin>

- Barjaktarovic Rakocevic, S., Rakic, N., & Rakocevic, R. (2025). An Interplay Between Digital Banking Services, Perceived Risks, Customers' Expectations, and Customers' Satisfaction. *Risks*, 13(3), 39. <https://doi.org/10.3390/risks13030039>
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). EVENT MARKETING, E-WOM, CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI: Konsep dan Aplikasi. In *Google Book*. PENERBIT INTELEKTUAL MANIFES MEDIA. https://books.google.co.id/books?id=FyOqEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Devika. (2025). *Mengenal Apa Itu Event Marketing dan Manfaatnya untuk Bisnis*. evoriaevent.com. <https://evoriaevent.com/apa-itu-event-marketing-untuk-bisnis/>
- Dewan Syariah Nasional MUI. (2018). Fatwa DSN MUI NO 118/DSN-MUI/II/2018 TENTANG PEDOMAN PENJAMINAN SIMPANAN NASABAH BANK SYARIAH. *Dewan Syariah Nasional MUI, Keuangan Syariah*, 1–14. <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/>
- FAZA, L. A. (2023). *PENGARUH STRATEGI EVENT MARKETING MELALUI BNI JAVA JAZZ FESTIVAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TBK*. POLITEKNIK NEGERI JAKARTA.
- Fikri, M. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BANK SYARIAH INDONESIA MOBILE DI BSI KC BINTARO*. UIN SYARIF

HIDAYATULLAH JAKARTA 1444.

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step : a simple guide and reference, 11.0 update*. Allyn and Bacon.

<https://archive.org/details/spssforwindowsst00geor>

Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<https://www.scribd.com/document/729101308/644946086-Ghozali-Edisi-9-PDF>

Habieb, F. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BANK MUAMALAT INDONESIA*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis, Eighth Edition. In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Nomor 3). Annabel Ainscow. <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>

Hoyle, L. H. (2002). Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions. In *Events Management*.

IBM SPSS. (2017). *IBM SPSS statistics base 25*. 341.

Ilhamalimy, R. R., Supratman, S., & Septika, B. H. (2023). Green Marketing and Digital Marketing Strategies in Increasing Sales Products NTB Waste Bank. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(1), 31–46. <https://doi.org/10.54268/baskara.v6i1.18336>

Kok, W., Ariesa, Y., Pratama, V., Kosasih, S., & Fernand Alianza, V. (2021). The

- Role of Brand Ambassador, Event Marketing and Digital Marketing on Purchase Decisions User Shopee. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(3), 4808–4814.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2263>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson education, 735.
<http://lms.aambc.edu.et:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/54/marketing.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (14th)*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. British Library Cataloguing-in-Publication Data.
[https://elib.vku.udn.vn/bitstream/123456789/4912/1/2016_A_Framework_for_Marketing_Management %28ed%2C Global Edition%29.pdf](https://elib.vku.udn.vn/bitstream/123456789/4912/1/2016_A_Framework_for_Marketing_Management_ed%2C_Global_Edition%29.pdf)
- Lestari, C. (2024). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada ud. Kopi bubuk suan*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/80484>
- Makom, M. R. (2023). Analisis Digital Marketing, Citra Merek, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(3), 141–151.
<https://doi.org/10.60036/jbm.v3i3.125>
- Natalia. (2021). *Event Marketing, Strategi Jitu Tingkatkan Brand Awareness*. accurate. https://accurate.id/marketing-manajemen/event-marketing/#Contoh_Strategi_Event_Marketing
- Nurulita, D. A., Faradilah, T., & Riorini, S. V. (2024). Pengaruh Satisfaction, Brand

- Trust Dengan Brand Loyalty Terhadap Repurchase Intention Pada Pelanggan Sociolla Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(20), 247–258.
<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/8491/7048/>
- Oktora, H. (2023). *PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP PENINGKATAN MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BSI OUTLET KEPAHIANG* [INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP].
<http://e-theses.iaincurup.ac.id/3075/1/Fulltext.pdf>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Rahmawati, F. D. (2025). *RRI.co.id - BSI Perkuat Kehadiran di Kalangan Muda Melalui BYOND Fest.* RRI.co.id.
<https://rri.co.id/index.php/daerah/1347366/bsi-perkuat-kehadiran-di-kalangan-muda-melalui-byond-fest>
- Ridhani, F. (2025). *Lewat BYOND Fest, BSI Perkuat Literasi Digital pada Generasi Millenial Banjarmasin - Radar Banjarmasin.* Radar Banjarmasin.
<https://radarbanjarmasin.jawapos.com/bisnis/1975685407/lewat-byond-fest-bsi-perkuat-literasi-digital-pada-generasi-millennial-banjarmasin>
- Sari, A. C. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN BANK SYARIAH INDONESIA.* UIN WALISONGO SEMARANG.
- Sari, D., Rivani, & Sukmadewi, R. (2021). *Dasar Pemasaran Syariah.*

- Setyawan, N. H. (2020). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Report Lag. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 4(1), 27–40.
- Sharia Knowledge Centre. (2022). *Apa Itu Gharar Serta Dampaknya Terhadap Ekonomi Islam?* shariaknowledgecentre.id.
<https://www.shariaknowledgecentre.id/id/news/apa-itu-gharar/>
- Shimp, T. A. (2007). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 7th Edition. In *Thomson South-Western*. Thomson Higher Education.
- Silalahi, R. A., Hafsari, A. A., Situmorang, D., Ginting, N. E. B., Girsang, A. B., Martin, M., Febriyansi, E., & Ompusunggu, D. P. (2024). HASIL PERHITUNGAN ASUMSI KLASIK: TENTANG UJI AUTOKORELASI, NORMALITAS, DAN HETEROKEDATISITAS Risda. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner (JIM)*, 8(12), 218–225.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26 ed.). Alfabeta.
- Sukmawati, A. suci, Rusmayadi, G., Amalia, M. M., Hikmah, H., Rumata, N. A., Abdullah, A., Sari, A., Hulu, D., Wikaningtyas, Ratri, Munizu, M., & Sa'dianoor. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Teori dan Penerapan Praktis Analisis Data berbasis Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=KU3MEAAAQBAJ&oi=fn>

d&pg=PA23&dq=info:7M1zVtHb0Y4J:scholar.google.com&ots=nowwWS
Rlsu&sig=tWO4fopQDQzVsAMVsA68ADeqoss&redir_esc=y#v=onepage
&q&f=false

- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Susanti, R. (2019). SAMPLING DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Jurnal Teknodik*, 187–208. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.543>
- Techninasia. (2025). *Pengguna BYOND by BSI melonjak, target 10 juta di 2025*. <https://id.techinasia.com/berita/pengguna-byond-by-bsi-melonjak-target-10-juta-di-2025>
- Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. BINUS QMC. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Yola, L. F. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BSI KOTA TANGERANG*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Zein, A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Via Media Online. *Engineering and Technology International Journal*, 5(02), 206–214. <https://doi.org/10.55642/eatij.v5i02.419>