

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, D. (2013). Analisa pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap minat beli konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Anissa, N., & Kusumastuti, R. D. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN BASO ACI AKANG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19. *KOMUNIKATA57*, 3(2), 52-58.
- Asdiansyuri, U. (2020). Analisis Pengaruh Religiusitas, Etika Bisnis Islam terhadap Minat Beli Online Mahasiswa (Studi Kasus pada STIE AMM Mataram). *Jurnal Kompetitif Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2).
- Bau, A. R. C., Mingkid, E., & Marentek, E. A. (2019). Strategi komunikasi pemasaran PT. Pegadaian (persero) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas di Kantor Cabang Manado Selatan. *Acta diurna komunikasi*, 1(4).
- Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Cet. X; Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 107
- Djaali dan Muljono, P. 2007. Pengukuran dalam Bidang Pendidikan. Jakarta : PT. Grasindo
- Durianto, Darmadi (2013). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fani, S. A. (2016). Pengaruh komunikasi Pemasaran Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha V-Ixion (Studi Pada PT. Lautan Teduh Interniaga).

- Fariani, E., Riyaldi, M. H., & Furda, Y. P. E. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia. *Al-Ahkam: Jurnal Syariah dan Peradilan Islam*, 1(2), 1-17.
- Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1).
- Hanafi, A., & Wahab, Z. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Perpanjangan Sewa Penyewa Kios di Palembang Square Mall (PS MALL)*. *Jurnal Manajemen*, 20(3), 467-478.
- Haque-Fawzi, M.G., Iskandar, A.S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Ikhsana, P. D., Prisanto, G. F., & Anggraini, R. (2019). Penerapan Strategi E-Marketing Communication dan Ekuitas Merek Siaranku.com Terhadap Loyalitas Viewers. *Inter Komunika*, 4(1), 58-74.
- Julyavita, A. I. (2022). *Pengaruh komunikasi pemasaran toko online Indah Bordir terhadap minat beli masyarakat di instagram* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Kinnear, Thomas C, & Taylor, James R. (2003). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Majoo. Rizeki, D. (2022, Februari 17). *Menilik Lebih Dalam Apa Itu Komunikasi Pemasaran*. Retrieved from <https://majoo.id/solusi/detail/komunikasi-pemasaran>.
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh.

- Maghfiroh, N. L. (2018). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung: studi kasus pada nasabah BMT An Nur Rewwin Sidoarjo* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Misbahudin, Iqbal Hasan, (2013), Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta, Bumi Aksara.
- Moniaga, N. A., Papatungan, R., & Kalangi, J. S. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Pt. Indofood Cbp Sukses Makmur Bitung. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 6(1).
- Muhammad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN 2005), h. 19
- Oliver, Richard L. (2006). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw- Hill.
- Opoku, E., Appiah-Gyimah, R. E. G. I. N. A., & Kwapong, L. A. (2014). The effect of the marketing communication mix on customer loyalty in the banking sector in Ghana. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development (IJSMMRD)*, 4(5), 15-24.
- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics*. London, United Kingdom: Macmillan International Higher Education.
- Penitasari, N. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Abon Lele. *Management Marketing*, 10–24. <https://doi.org/2301-7775> Prabowo, I. J.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies, *Psychology & Marketing*, 9 (4): 263-274.
- REVANDI, F. R. (2022). Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Brand “Crsl Store” Dalam Pembentukan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014), Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. 14 (2): 2067- 2075.

- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana Muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Sari, Novia Mahdalena. (2014). Strategi komunikasi pemasaran PT Allianz Life Indonesia dalam pengambilan keputusan Nasabah di Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*. Vol 2 No 2.
- SESI, F. (2020). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK UNILEVER DI KOTA SUMBAWA* (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Sumbawa).
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono, (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Viliaus, C., & Tobing, R. L. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Beli Konsumen Pond's Yang Dimediasi Oleh Brand Equity. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 129-142.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Widyastuti. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan : FEB – UP Press
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier sederhana. *Regresi Linier Sederhana*, 13.