

## DAFTAR PUSTAKA

- (Dedeh Sartika, dkk. . (2023). Manfaat Promosi Pada Minat Beli Konsumen Toko Budi Jaya Alfath. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 512–518.
- Buchari. (2022). Indikator Promosi. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 05(03).
- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Bauran Pemasaran*, 3, 1–91.
- Hardani, D. (2022). *Teknik Analisis Data*. 41–48.
- Laksana. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17–35.  
<https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>
- Allo Bank (2023) Laporan Berkelanjutan  
[https://hanoman.allobank.com/container/media/investorrelation/sub/exroYu\\_Laporan%20Keberlanjutan%20-%202023.pdf](https://hanoman.allobank.com/container/media/investorrelation/sub/exroYu_Laporan%20Keberlanjutan%20-%202023.pdf).
- Mikovic, Lukic, dan M. (2019). *Lebih Mengenal Digital Banking*. Retrieved from <http://repository.upstegal.ac.id/3051/>
- Nugraha, D. &. (2019). Tujuan Promosi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 4, 1–5.
- Wijaya, K. (2021). Digital Banking VS Digital Bank. *Majalah Info Bank Lppi*, (1), 1–5.