

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital*. [Skripsi]. Universitas XYZ.
- Anisa, R., dkk. (2023). *Digital Marketing dan Loyalitas Pelanggan Melalui Brand Image*. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 45–55.
- Aryanti, S., & Supriyatna, W. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bright Gas 5,5Kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 111–125.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Firmansyahi, D. (2022). *Digital Marketing dan Pengaruhnya terhadap Brand Image dan Loyalitas*. *Jurnal Strategi Digital*, 4(3), 88–99.
- Hermansyah, R., & Astini, N. K. S. (2024). Strategi digital marketing dalam membangun hubungan jangka panjang konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Digital*, 6(1), 12–20.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1, 1–9.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2025). *Marketing management* (17th ed.). Pearson Education.
- Lestari, Y. J., & Hanifuddin, I. (2021). Dasar hukum Pegadaian Syariah dalam fatwa DSN-MUI. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)*, 5(2), 144–162.
- Lugito, A. (n.d.). Studi perbandingan model perhitungan laba antara Pegadaian Syariah dengan Pegadaian Konvensional. [Manuskrip tidak diterbitkan].

- Nuruliana. (2023). *Evaluasi Transformasi Digital Pegadaian dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. [Skripsi]. Universitas DEF.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Rahn, S. (2022). Studi komparatif antara gadai konvensional dan gadai syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 53–80.
- Safitri, L., & Gunawan, D. (2023). Strategi pemasaran digital terhadap loyalitas pelanggan pada layanan keuangan digital. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 7(2), 133–142.
- Sari, M. R. (2022). Pengaruh notifikasi aplikasi keuangan terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 5(1), 56–63.
- Sitompul, E., dkk. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap brand image pada PT Pegadaian Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 98–107.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. (2024). Konsep penelitian kuantitatif: Populasi, sampel, dan analisis data (sebuah tinjauan pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12.
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhana, A. (2024). *Model Pengukuran E-Service Quality*. Jakarta: Lembaga Penerbit Ekonomi Digital.
- Zeithaml, V. A. (2002). Service excellence in electronic channels. *Managing Service Quality*, 12(3), 135–138.