

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, Mhd. D., Nasution, H. S., & Maryadi. (2024). Strategi Komunikasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Di PT. BSI KCP Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Penelitian Dan Ilmu Komunikasi*, VOL 1 NO. 2.
- Ahmadin. (2021). *Analisis Data Kualitatif* (Cetakan Pertama). Penerbit Aksara Timur.
- Akbar, M. R. (2023). Perkembangan yang Pesat dan Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Digital di Indonesia. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 4(2), 95–111. <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v4i2.989>
- Andni, R., & Sattar. (2025). Optimalisasi Layanan dan Keamanan: Studi Atas Implementasi Mobile Banking di Era Digital. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, Vol. 6 No. 1.
- Anggraeni, D. A. P., Setyarahajoe, R., & Fadeli, M. (2026). Komunikasi Interpersonal Marketing Communication PT Indo Asia Unggul dalam Penerapan Pelayanan Prima. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 564–576. <https://doi.org/10.55606/juitik.v6i1.2120>
- Annisia, O. N., Sari, D. H., & Ramli. (2022). Strategi Pemasaran Public Relations Dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman). *Eco-Entrepreneur*, Vol. 8 No.1, 24–30.
- Churrotul A'in, N., Agustin, M., Septa Alfianti, N., & Catur Ayu Lestari, P. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Kredit Mantap Pensiun di PT Bank Mandiri TASPEN KC JEMBER. *Journal of Sharia Economics and Finance*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.34001/jsef.v2i1.856>
- Creswell, J. W. ., & Creswell, J. David. (2023). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Daftar 10 Bank Terbesar di Indonesia per 20 Februari 2025. (2025, February 20). *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20250220131323-17-612203/daftar-10-bank-terbesar-di-indonesia-per-20-februari-2025>
- Damayanti, H., Sunindyo, A., & Wahyuni, M. (2023). Analisis Kebutuhan Nasabah atas Fitur Aplikasi Bima Mobile pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah. *KEUNIS*, 11(1), 51. <https://doi.org/10.32497/keunis.v11i1.3750>
- Danurdara, A. B., Koesworodjati, Y., Rohmah, D. N., Rotua, E., & Ardiyanti, H. (2024). *Konsep Komunikasi Pemasaran* (A. Asari & T. A. Marlin, Eds.). PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Dewi, N. P. S., Ambulani, N., Tiong, P., Nurhayati, Dewi, RD. D. L. P., Susanti, R. D., Ohorella, N. R., Ruddin, I., & Utomo, S. B. (2023). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Strategi* (Romindo, Ed.; Cetakan 1). Yayasan Literasi Sains Indonesia.

- Dewi, N. P. S., Asnawi, A., Amelia, Adif, R. M., Putri, T. D., Okviana, L., Jaya, R. C., Meltareza, R., Wiryany, D., & Bramantyo, B. D. (2024). *Komunikasi Pemasaran* (F. P. W. Lusianingrum, Ed.; Cetakan Pertama). PT Penamuda Media.
- Di Tengah Dinamika Ekonomi Global, BRI Catatkan Laba Rp13,8 triliun. (2025, April 30). Bank Rakyat Indonesia. <https://www.bri.co.id/detail-news?title=di-tengah-dinamika-ekonomi-global-bri-catatkan-laba-rp13-8-triliun#:~:text=Selain%20itu%2C%20Hery%20menambahkan%20BRI,user%20QLola%20di%20segmen%20korporasi>
- Dwi Wahyuni, A., Awaliah, P., Aryani, R., & Sani, C. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Peran Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, Vol. 2 No. 3.
- Efrita, N. (2015). *Strategi Komunikasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata* (Nelmawarni, Ed.; Cetakan I). Imam Bonjol Press.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Y. Umay, Ed.). Ahlimedia Press.
- Faistin, A., & Saputro, E. P. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Perumda Giri Aneka Usaha Kabupaten Wonogiri (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Perumda Giri Aneka Usaha Kabupaten Wonogiri)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.; Cetakan Pertama). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media, Ed.; Cetakan Pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- Gea, A., & Anom, E. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank UOB Indonesia Divisi Transaction Banking dalam Mempromosikan Produk Trade Finance. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 44–55. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i1.311>
- Haeruli, Masrul, & Amin, H. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk BRImo Bank BRI Kantor Cabang Raha dalam Meningkatkan Adopsi Nasabah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media*, Vol 2 No. 2.
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi* (Edisi Pertama). Prenada Media Group.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardan, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). Penerbit Pustaka Ilmu.

- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Digital sebagai Pengembangan Strategi Pemasaran Menggunakan Model SOSTAC untuk Mendukung Keputusan Pemilihan Kampus. *Konstelasi: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 24–34. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v4i1.8855>
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran* (R. Salsabila, Ed.). Umsida Press.
- Khaerunnisa, R. (2025, November). BRI catat nilai transaksi harian super apps BRImo tembus Rp25 triliun. *Antara News*.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management* (S. Ukil, Ed.; 15th edition). Pearson.
- Lidwina, A. (2021, June 3). Pola Belanja Online di Kalangan Anak Muda Berubah saat Pandemi. *Databoks*.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif* (Suraya, F. Hamid, & E. Bass, Eds.). Prenadamedia Group.
- Nazar, M. R. N., Arifah, U., Fitri, S. M., Putri, S. A. S., & Ramadianto, M. P. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money dan Munculnya Cashless Society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Vol. 9. No. 7*.
- Padila, C. (2025). Pengaruh Digitalisasi Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Konvensional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, Vol. 1 No. 1*.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran Edisi Pertama* (Edisi Pertama). Prenadamedia Group.
- Purnawan, E. A. (2002). *Dynamic Persuasion : Persuasi Efektif dengan Bahasa Hipnosis*. Gramedia Pustaka Utama.
- QRIS Jelajah Indonesia 2025 Dorong Digitalisasi Dengan Wisata Budaya Siaran Pers. (2025, August 4). Bank Indonesia.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Syahrani, Ed.). Antasari Press.
- Rambe, J. H. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia dengan Nasabah Non Muslim : Pendekatan Integrated Marketing Communication (Studi Kasus: BSI KCP Cemara Asri). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis, Vol. 1 No. 4*.
- Rohiem, A. F., & Sari, J. (2023). Analisis SWOT Sarana Pembelajaran Digital Masive Open Online Course (MOOC) Ruang Guru. *Dirasat: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam, Vol. 9 No. 2*.
- Romli, N. A., Lena, S. V. V., Tingga, C. P., Sugiat, M. A., Widati, E., Lie, D., Kusuma, C. S. D., Sherly, Pertiwi, W. N. B., Sidabutar, N., Sefudin, A., Trenggana, A. F. M., Sinaga, O. S., & Anggraini, N. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya* (A. Sudirman, Ed.). Penerbit Media Sains Indonesia.

- Safira, A., & Haryanti, P. (2024). Strategi komunikasi pemasaran terintegrasi dalam kredit usaha rakyat syariah (Studi KCP BSI Mojoagung Jombang). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi, Vol 1 No. 5*.
- Safrin. (2025). *Buku Ajar Manajemen Periklanan* (Cetakan I). PT Media Penerbit Indonesia.
- Salsabila, D. E., Ramdani, G., & Marithasari, H. (2025). Strategi Marketing Communication dalam Mengelola TikTok dan X untuk Meningkatkan Citra PT Bank Negara Indonesia. *Jurnal Cendekia Ilmiah, VOL 4 NO. 5*.
- Sari, N., & Abin, Moh. R. (2025). Strategi Partnership pada Bisnis Aneka Keripik dalam Menembus Pasar Global. *Manabis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 130–139. <https://doi.org/10.54259/manabis.v4i2.4427>
- Siagian, H., Putera, G., & Burlakovs, J. (2020). The Effect of Product Knowledge on Salesperson Performance with the moderating role of Attitude. *SHS Web of Conferences*, 76, 01011. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601011>
- Sitohang, L., & Agustiawan. (2023). Upaya Meningkatkan Pemahaman dan Keamanan dalam Penggunaan Aplikasi Brimo kepada Nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kantor KCP Ahmad Yani. *SEMAR : Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 36–44. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i01.15>
- Smith, P. R. . (2019). *The SOSTAC guide to your perfect digital marketing plan*. PR Smith.
- Sofuroh, F. U. (2020, May 5). transaksi Digital BRI Meningkat 61% Saat Pandemi COVID-19. *Detikfinance*. <https://finance.detik.com/moneter/d-5003398/transaksi-digital-bri-meningkat-61-saat-pandemi-covid-19>
- Subagyo, A., Sukandy, D. A., & Jati, L. J. (2025). Pengaruh Digital Banking Terhadap Perkembangan Layanan Bank (Studi Kasus Implementasi Aplikasi Livin' By Mandiri Terhadap Transfer Di Kota Mataram). *Economist: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 7–14. <https://doi.org/10.63545/economist.v2i1.38>
- Subki, M. (2026). Strategi Komunikasi Digital Marketing PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk di Media Sosial. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Teknologi Modern, Vol. 10, No. 1*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)* . Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo, Ed.). Penerbit Alfabeta Bandung .
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran* (A. Afwa, Ed.; Cetakan I). UIR Press.
- Susantie, N., & Sidik, A. P. (2022). Komunikasi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.2.1405>

- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran* (J. B. Maramis, Ed.). CV. ISTANA AGENCY.
- Tasnim, Sudarso, A., Munthe, M. A. R. N., Tanjung, R., Setiawan, N. M. Y. B., Simatupang, S., Saragih, O. H. S. L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran* (R. Watrianthos & J. Simarmata, Eds.). Yayasan Kita Menulis.
- Trisnaningrum, N. A. W., Sishadiyati, S., & Priana, W. (2024). Mendorong Transformasi Digital Melalui Penggunaan Aplikasi BRImo Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Krian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, Vol. 5 No. 3.
- Tumbuh 162%, QRIS Jadi Tulang Punggung Transaksi Digital Juli 2025. (2025, August 22). Interactive QRIS. <https://qris.interactive.co.id/homepage/blog-detail.php?lang=id&page=MjE5-tumbuh-162%-qris-jadi-tulang-punggung-transaksi-digital-juli-2025>
- Widodo, A. R., & Ariandi, F. (2024). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking BCA di Jakarta. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 27–40. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.524>
- Wijayaningrum, M. C. W., Idris, I., Estriana, V., Wulandari, C., Widiawanti, O., Vinaring, B., Renaldi, F. S., & Ghanistyana, L. P. (2025). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran Digital* (R. D. Susanto, Ed.; Cetakan Pertama). PT Penerbit Mustika Sri Rosadi.
- Wire, P. (2025, July 1). BRI Fokuskan Langkah Transformasi di Seluruh Aspek. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/4936097/bri-fokuskan-langkah-transformasi-di-seluruh-aspek>
- Yuliani, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk BRImo Di PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Purwokerto. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 7(2), 201–221. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v7i2.13944>