

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. B. Simatupang, “Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia,” *JRAM (Jurnal Ris. Akunt. Multiparadigma)*, vol. 6, no. 2, pp. 136–146, 2019, [Online]. Available: <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRAM/article/view/2184%0Ahttps://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRAM/article/viewFile/2184/1510>
- [2] Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- [3] M. H. Hermansyah, S.H., *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, Edisi Keti. Jakarta, 2020.
- [4] S. H. Saputro, R. Ferry, and B. Atmaja, “Analisis Pengaruh Growth Dan Variabel Makroekonomi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Dan Perbankan Terindeks Lq 45”.
- [5] A. Drs. Ismail, MBA., *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, Cetakan ke. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- [6] Sumartik and M. Hariasih, *Buku Ajar Manajemen Perbankan*, Pertama. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press, 2018.
- [7] T. Abdullah and S. Wahjusaputri, *Bank dan Lembaga Keuangan*, Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- [8] I. B. I. (IBI) and B. A. for R. M. (BARa), *Manajemen Risiko 1*, Edisi Pert. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- [9] Soputan, “Soputan, 2021,” *Lex Priv.*, vol. IX, no. 3, pp. 44–54, 2021.
- [10] S. Sarwindah, L. Laurentinus, O. Rizan, and H. Hamidah, “Memanfaatkan Digital Marketing bagi Usaha Rumahan Sayuran Hidroponik dengan E-Commerce sebagai Media Promosi,” *J. Teknol. Terpadu*, vol. 7, no. 2, pp. 65–69, 2021, doi: 10.54914/jtt.v7i2.338.

- [11] P. Kotler and G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2016.
- [12] L. Laurentinus, Okkita Rizan, S. Sarwindah, and H. Hamidah, "Pendampingan Digitalisasi Promosi Dalam Meningkatkan Ppdb Sekolah Paud Kabupaten Bangka," *J-ABDI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 8, pp. 5915–5920, 2023, doi: 10.53625/jabdi.v2i8.4529.
- [13] R. K. Muljono, *Digital Marketing Concept Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing Untuk Membuat Perubahan Besar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- [14] Meli Cristiani and Yenni M Djajalaksana, "Penerapan Digital Marketing dan Pembuatan Website Pada Perusahaan Konsultan BizMaxima," *J. Strateg.*, vol. 4, no. 1, pp. 32–44, 2022, [Online]. Available: [www.strategi.it.maranatha.edu](http://www.strategi.it.maranatha.edu)
- [15] W. Ritz, M. Wolf, and S. McQuitty, "Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models," *J. Res. Interact. Mark.*, vol. 13, no. 2, pp. 179–203, 2019, doi: 10.1108/JRIM-04-2018-0062.
- [16] F. Tjiptono and A. Diana, *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.
- [17] S. K. Tri Rachmandi, *The Power of Digital Marketing*. TIGA Ebook, 2020.
- [18] D. H. Saputra, D. U. Sutiksno, A. H. P. Kusuma, R. D. Wahyuni, A. Purnomo, and J. Simarmata, *Digital Marketing : Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [19] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *Semin. Nas. Keuang. dan Bisnis IV*, no. April 2015, pp. 327–337, 2015.
- [20] A. G. Chakti, *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*, 1st

ed. Celebes Media Perkasa, 2019. [Online]. Available: [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Chakti,+A.+G.+\(2019\).+THE+BOOK+OF+DIGITAL+MARKETING:+BUKU++PEMASARAN+DIGITAL+\(Shobirin+\(ed.\)%3B+Ed+1\).+Celebes+Media+Perkasa.&ots=we-bNb52li&sig=uS11GjuBQuh5dA\\_E4eX7menNLjA&redir\\_](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Chakti,+A.+G.+(2019).+THE+BOOK+OF+DIGITAL+MARKETING:+BUKU++PEMASARAN+DIGITAL+(Shobirin+(ed.)%3B+Ed+1).+Celebes+Media+Perkasa.&ots=we-bNb52li&sig=uS11GjuBQuh5dA_E4eX7menNLjA&redir_)

- [21] D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017, doi: 10.21009/jpmm.001.1.01.

