

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Mitra Utama.
- Amir, M., & Rukmana, H. (2014). Bank Syariah: Teori Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia. *Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama*.
- ANGGRAENI, M. (2021). Strategi Pemasaran Produk Quat Pada Bank Bpd Diy Syariah Kantor Cabang Pembantu Uii.
- Cendriyansyah, Y., & Mustikasari, A. (2017). Pengaruh Personal selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perum Perumnas Bumi Parahiyanan Kencana Soreang, Bandung 2017). *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Davis, F. D. (2014). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia. (2019). Bank Indonesia Terbitkan Ketentuan Pelaksanaan Qris. Bank Indonesia RI, 5–8. https://www.bi.go.id/id/publikasi/EMagazine/Documents/BICARA-78_Stabilitas-Terjaga-Dukung-Langkah-Preemptive-Mendorong-Pertumbuhan.pdf
- Durianto. (2017). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan praktis: Riset komunikasi pemasaran terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Hadiyati, E. (2018). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 13(1), 8-16.

- Hamdani, S. E. (2020). *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. uwais inspirasi indonesia.
- HANDAYANI, M. D. (2021). Strategi Pemasaran Qris Ultimate Automated TransAction Oleh Bank Bpd Diy Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia.
- Husnawati. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Juwanda, V., & Widyastuti, D. A. (2020). Dampak Kepuasan Pengunjung sebagai Mediasi antara Hubungan . Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI), 53-70.
- Kartajaya, Hermawan. (2019). Seri 9 Elemen Marketing On Marketing Mix, Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kotler, P., & Gary Armstrong, (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Machfoedz, Mahmud. (2014). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta. Cakra Ilmu.
- Morrisani, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Mulyana, D. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Nashih, A. R. F. (2017). Pengaruh Lokasi, Atmosphere, Keragaman Produk, Harga dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Alamindo Perkasa, LTD di Kota Kudus). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.

- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Di Kota Kediri. *Istithmar*, 5(2).
- Nickels, William G.; Mchugh, James M.; Mc Hugh, Susan M. (2017). Pengantar Bisnis Edisi ke 8, buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan metode studi kasus YIN dalam penelitian arsitektur dan perilaku. *INERSIA Informasi dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil dan Arsitektur*, 16(1), 92-104.
- Poerwanto, S., & Zakaria, L. (2014). Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural. *Jakarta: PT Pustaka Pelajar*.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan studi kasus sebagai metode ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126-136.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Shimp, T. A. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi. *Jakarta: Salemba Empat*, 97.
- Shrivastava, S., & Dawle, A. (2020). An Overview Of Marketing Communication Strategy: A Descriptive Study. *International Journal of Current Research* Vol 12, 14502-14504.
- Sitanggang, M. H. A., & Manalu, S. R. (2018). Memahami mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi dalam platform Kitabisa.com. *Interaksi Online*, 6(3), 24-34.
- Tariq. (2020). EWOM and Brand Awareness Impact on Consumer Purchase Intention: Mediating Role of Brand Image. *Pakistan Administrative Review*, 1(1), 84–102.

- Tjiptono, Fandy & Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Trisanty, A., & Pawestri, I. D. (2021). Analisis SWOT Pemasaran Produk Qris Ultimate Automated Transaction (QUAT) Pada Bank BPD DIY Syariah. *Banking and Management Review*, 10(2), 1468-1475.
- Umam, K., & Utomo, S. B. (2016). *Perbankan syariah: dasar-dasar dan dinamika perkembangannya di Indonesia*. PT RajaGrafindo Persada.
- Villamor, A. P. C., & Arguelles, R. M. (2014). Personal Selling and Social Media: Investigating Their Consequences to Consumer Buying Intention. Batam: International Conference on Business. *Management & Corporate Social Responsibility (ICBMCSR'14)*.
- Yodi, H. P., Widyastuti, S., & Noor, L. S. (2020). The effects of content and influencer marketing on purchasing decisions of fashion erigo company. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(2), 345-357.