

DAFTAR PUSTAKA

- Benjamin, L. B., Amajuoyi, P., & Adeusi, K. B. (2024). Marketing, Communication, Banking, and Fintech: Personalization in Fintech Marketing, Enhancing Customer Communication for Financial Inclusion. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(5), 1687-1701. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i5.1142>
- Blakeman, R. (2018). *Integrated Marketing Communication - Creative Strategy from Idea to Implementation* (3rd ed.). Rowman & Littlefield Publishers.
- Carroll, B. (2017). *Writing & Editing For Digital Media* (3rd ed.). Routledge.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal.
- Limanseto, H. (2024, May 24). *Siaran Pers: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. Diambil kembali dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5790/menko-airlangga-ungkap-potensi-ekonomi-digital-indonesia-dan-paparkan-signifikansi-keanggotaan-oecd-saat-bertemu-pettinggi-nikkei-inc>
- Marsh, C., Guth, D., & Short, B. P. (2018). *Strategic Writing: Multimedia Writing for Public Relation, Advertising and More*. Routledge.
- Martin, D. (2021). *Seni Penulisan Efektif untuk Digital Marketing*. Digimind.
- OCBC. (2024, Oktober 10). *About Us*. Diambil kembali dari [ocbc.id](https://www.ocbc.id/id/tentang-ocbc-nisp/profile): <https://www.ocbc.id/id/tentang-ocbc-nisp/profile>
- OCBC. (2024). *Kartu Transaksi*. Diambil kembali dari [ocbc.id](https://www.ocbc.id/id/individu/kartu-transaksi?currentPage=1&pageSize=6&parentID=%7bBB789FA6-A48E-47B4-A711-AD9CAAFF4917%7d): <https://www.ocbc.id/id/individu/kartu-transaksi?currentPage=1&pageSize=6&parentID=%7bBB789FA6-A48E-47B4-A711-AD9CAAFF4917%7d>
- OCBC. (2024). *Nyala Individu*. Diambil kembali dari [ocbc.id](https://www.ocbc.id/id/individu/nyala): <https://www.ocbc.id/id/individu/nyala>
- OCBC. (2024, February 27). *OCBC*. Diambil kembali dari OCBC Article: <https://www.ocbc.id/id/article/2024/02/27/kelebihan-bank-ocbc>
- OCBC. (2024). *Pinjaman Individu*. Diambil kembali dari [ocbc.id](https://www.ocbc.id/id/individu/pinjaman): <https://www.ocbc.id/id/individu/pinjaman>

- OCBC. (2024). *Premier Banking*. Diambil kembali dari ocbc.id:
<https://www.ocbc.id/id/individu/premier>
- OCBC. (2024). *Private Banking*. Diambil kembali dari ocbc.id:
<https://www.ocbc.id/id/individu/private>
- OCBC. (2024). *Simpanan Individu*. Diambil kembali dari ocbc.id:
<https://www.ocbc.id/id/individu/simpanan>
- OCBC. (2024). *Syariah*. Diambil kembali dari ocbc.id:
<https://www.ocbc.id/id/syariah>
- OCBC. (2024). *Wealth Management Individu*. Diambil kembali dari ocbc.id:
<https://www.ocbc.id/id/individu/wealth-management>
- Osei, L. K., Cherkasova, Y., & Oware, K. M. (2023). Unlocking The Full Potential of Digital Transformation in Banking: A Bibliometric and Emerging Trend. *Springer*, 30(9). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00207-2>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Quayson, A., Issau, K., Gnankob, R. I., & Seidu, S. (2024). Marketing Communications Dimensions and Brand Loyalty in The Banking Sector. *Emerald Insight*, 31(1), 115-132. <https://doi.org/10.1108/REGE-10-2021-0191>
- Venus, A. (2014). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

