

DAFTAR PUSTAKA

- Alina, S. (2019). The Marketing Funnel As An Effective Way Of The Business Strategy. *Scientific Journal «ΑΙΟΓΟΣ. The art of scientific mind»*, (4)
- Atmaja, A. W. (2022). *Pengaruh Struktur Organisasi dan Dukungan Manajemen Puncak terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi pada PT Global Saftindo* (Skripsi Sarjana). Malang: STIE Malangkucecwara.
- Bank Sinarmas. (2018). *Sekilas Bank Sinarmas*. Diakses dari <https://www.banksinarmas.com/id/informasiumum/tentangkami/profil-bank-sinarmas> pada 9 Juli 2025.
- Bayu, S. D. (2021). *Unsur Brand Identity Wisata Alam Brakseng Pada Pemberitaan Portal Berita (Analisis Isi Pemberitaan Wisata Alam Brakseng Pada Portal Berita Di Indonesia)*. Ilmu Komunikasi, UMM.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (8th ed.). New York: Pearson Education.
- Harian Bisnis Indonesia. (2023). *Bank Sinarmas Genjot Branding Lewat Media Sosial*. Diakses dari www.bisnis.com pada 30 Juni 2025.
- Kuraesin, A. D. (2016). Influence Organizational Structure on the Quality of Accounting Information Systems. *Research Journal of Financial and Accounting*, 7(2).
- Kusumawati, A. (2018). Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 134–145.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan Perkembangan Perbankan Digital Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: OJK.
- Permana, E., dkk. (2024). Penerapan Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness Produk Skincare Skintific. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 1(1).
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2007). *Manajemen* (Jilid I, Edisi 10). Terjemahan: Mitra Ahmad. Jakarta: Erlangga.
- Sari, I. P. (2021). *Peran Influencer terhadap Perkembangan Online Shop di Era Digitalisasi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Influencer Kota Palembang)*. Skripsi Sarjana, UIN Raden Fatah Palembang.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Jakarta: We Are Social.
- Wijayanty, dkk. (2023). Brand Communication Batik Kuntul Perak dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran dan Kepercayaan Konsumen (Studi Deskriptif Pada UMKM CV. Sakinah Gallery Bontang). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 11(1).