

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2020). *Sumatera Barat dalam Angka 2020*. Padang. Tersedia di <https://sumbar.bps.go.id/> (diakses pada 8 Maret 2022)
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Barat Tahun 2021 tumbuh 3.29*. Padang. Tersedia di <https://sumbar.bps.go.id/pressrelease/2022/02/07/1066/pertumbuhan-ekonomi-sumatera-barat-tahun-2021-tumbuh-3-29-persen--c-to-c-.html> (diakses pada 8 Maret 2022)
- Bank Rakyat Indonesia. (2016). *Tabungan BRI BritAma*. Tersedia di https://promo.bri.co.id/main/product/main/tabungan_bri_BritAma (diakses pada 1 Maret 2022).
- Bank Rakyat Indonesia. (2022). *Laporan Keuangan Tahun 2021*. Tersedia di: <https://bri.co.id/report> (diakses pada 4 Juli 2022).
- Belch, G.E. (George E. dan Belch, M.A. (2008). *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective*. 8th ed. Maidenhead: McGraw-Hill.
- Brand Finance (2021). *Indonesia 100 - The annual report on the most valuable and strongest Indonesian brands*. London: Brand Finance Institute. Tersedia di <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-indonesia-100-2021-preview.pdf> (diakses pada 5 July 2022)
- Creswell, J. E. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (1998) *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*, Sage Publications, London.
- Daymon, Christine., dan Immy Holloway. 2008. *Metode-metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.
- Faruq, A. (2021). BRI Dinobatkan Sebagai Bank Terbaik di Indonesia Versi The Asian Banker, *BRI*, 22 Juni 2020. [Online]. Tersedia di: https://bri.co.id/test/-/asset_publisher/G3x3P8wG7JRn/content/bri-dinobatkan-sebagai-bank-terbaik-di-indonesia-versi-the-asian-banker (diakses pada 5 Juli 2022).
- Fill, C. (2013). *Marketing Communications : Brands, Experiences and Participation*. 6th ed. Welwyn Garden City: Pearson Education UK.
- Gensch, D. H. (1978). Image-Measurement Segmentation. *Journal of Marketing Research*, 15(3), 384.
- Holloway, Immy. 1997. *Basic Concept for Qualitative Research*. Victoria: Blackwell Science Ltd.
- Hutauruk, D. M (2022). 'Bank Digital gelontorkan Biaya Promosi besar untuk Jaring Nasabah'. Kontan.co.id, 2 Juni 2022 [Online]. Tersedia di <https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-digital-gelontorkan-biaya-promosi-besar-untuk-jaring-nasabah> (diakses pada 4 Juli 2022).

- Juska, J.M. (2021). *Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in a Digital World* (2nd ed.). Routledge. <https://doi-org.manchester.idm.oclc.org/10.4324/9780367443382>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Web (2021). *Komunikasi*. Tersedia di <https://kbbi.web.id/komunikasi> (Diakses pada 2 Februari 2022)
- Kitchen, P.J. (2012). *Integrated marketing communications*. London: Henry Stewart Talks.
- Kotler, P., 2001. *A Framework for Marketing Management*. Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ, USA
- Kotler, P., Armstrong, G. and Armstrong, G. (Gary M.. (2018). *Principles of marketing*. Seventeenth edition. Hoboken: Pearson Higher Education.
- Kumar, R. (2011). *Research methodology: Step by step guide for beginners* (2nd ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- McKinsey & Company (2019). *Digital banking in Indonesia: Building loyalty and generating growth*. Jakarta: McKinsey Jakarta Office. Tersedia di : <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Financial%20Services/Our%20Insights/Digital%20banking%20in%20Indonesia%20Building%20loyalty%20and%20generating%20growth/Digital-banking-in-Indonesia-final.ashx> (Diakses pada 20 August 2022).
- Mete, M. (2018). *Measuring brand image : personification and non-personification methods*. PhD. Manchester Business School.
- Nazir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nuranindya, D. (2012). *Proses Pembentukan Brand Awareness dan Brand Image melalui penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) pada produk jasa baru : Studi kasus Solusi Rumah Holcim*. Tesis Magister. Universitas Indonesia.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Pedoman iklan Jasa Keuangan – Perubahan Ketiga*. Jakarta. Tersedia di [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Publikasi-Pedoman-Iklan-Jasa-Keuangan-\(Perubahan-Ketiga\)-2020.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Publikasi-Pedoman-Iklan-Jasa-Keuangan-(Perubahan-Ketiga)-2020.aspx) (diakses pada 10 Mei 2022).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Siaran Pers – Kinerja Intermediasi terus meningkat dorong berlanjutnya pemulihan ekonomi nasional*. Jakarta. Tersedia di <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Kinerja-Intermediasi-Terus-Meningkat-Dorong-Berlanjutnya-Pemulihan-Ekonomi-Nasional.aspx> (diakses pada 10 Mei 2022).
- Pemerintah Indonesia. *Undang-undang tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. Sekretariat Negara, Jakarta. Tersedia di <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1998/10tahun~1998uu.htm> (diakses pada 8 Februari 2022)
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rangkuti, F. 2020. *Strategi Promosi yang kreatif dan analisis kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

[ad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj67vCAr8f5AhXUIFwKHe6zDZkQFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.bmebi.org%2Findex.php%2FBEMP%2Farticle%2Fdownload%2F74%2F63%2F&usg=AOvVaw1LMMgpWJDhge_e8PVFSDx9](https://www.bmebi.org/2Findex.php%2FBEMP%2Farticle%2Fdownload%2F74%2F63%2F&usg=AOvVaw1LMMgpWJDhge_e8PVFSDx9) (diakses pada 3 Januari 2022)

Williams, C. (2007). 'Research Methods', *Journal of Business & Economic Research* volume 5 number 3 (Maret 2007). doi: [10.19030/jber.v5i3.2532](https://doi.org/10.19030/jber.v5i3.2532) [Online] Tersedia di: <https://clutejournals.com/index.php/JBER/article/view/2532> (diakses pada 4 Februari 2022)

Yusuf, A.M (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Pranada Media

Zachary S. Sapienza, Narayanan Iyer & Aaron S. Veenstra (2015) Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions, *Mass Communication and Society*, 18:5, 599-622, DOI: [10.1080/15205436.2015.1063666](https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1063666)

