

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, W., Purnamasari, V., & Malang, U. N. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengajuan Kur Super Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(1), 98–112.
- Apris, A., & Dahmiri, D. (2022). Relationship Marketing Dan Cross Selling Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(02), 207–218. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.12631>
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Santoso, E. A. P. Laksono, P. Muslih, B. (2022). *Impelementasi Digital Campaign Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pengembangan Ruang Belajar Aqil*. 01(1), 1–23.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Fitrua, F. (2019). *"Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat Untuk Bertransaksi Di Pegadaian Syariah*. 33.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanfan, A. (2021). *Eksplorasi Cross-Selling, Up-Selling, dan Promosi Penjualan untuk Meningkatkan Volume Penjualan PT. Pegadaian Cabang Brebes*.
- Haryadi, M. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar Haryadi Mujiyanto Program Studi Ilmu Komunikasi , Peminatan Public Relations , Universitas Garut email : haryadimujiyanto@uniga.ac.id Pendahuluan Youtube adalah media sosia.

Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian, 5(1), 135–159.
<https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/588>

Hermawan, A. (2017). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung Pemustaka pada Perpustakaan Daerah Salatiga. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 3(1), 59.
<https://doi.org/10.14710/lenpust.v3i1.16071>

Kuberasyani, I. A. R., & Rahyuda, K. (2019). Peran Word of Mouth Memediasi Hubungan Antara Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4589.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p21>

Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.

Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 135–146. <https://doi.org/10.24042/revenue.v1i2.6296>

Mabruroh, F. I. (2022). *Efektivitas Strategi Up-Selling Dan Cross-Selling Dalam Pemenuhan Target Penjualan DI Menepi Kitchen Jember*.
[http://digilib.uinkhas.ac.id/9301/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/9301/1/Faiq oh Ircham Mabruroh_E20182340.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/9301/%0Ahttp://digilib.uinkhas.ac.id/9301/1/Faiq%20oh%20Ircham%20Mabruroh_E20182340.pdf)

Lestari, M. K., Masruchin, & Kusumaningsih, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM di Kota Surabaya. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 143–159.
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10519](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10519)

Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>

- Muslih, B. (2020). Urgensi komunikasi dalam menumbuhkan motivasi di era pandemi covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan : PENATARAN*, 5(1), 57–65.
- Muti'ah Fadillah, R., & Ibrahim, A. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Website Dengan Menggunakan Strategi Up-Selling Dan Cross-Selling. *JOISIE Journal Of Information System And Informatics Engineering*, 7(1), 85–96.
- Pratama, D., & Fernos, J. (2019). Prosedur Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat (Kur) Pada Pt. Bank Nagari Cabang Padang. *Akademi Keuangan Perbankan*, 1–9.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Putra, M. D., Ningsih, G. R., & Amelia, F. (2021). Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2709>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 18–29.
- Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 188. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>

- Sucitra, A., & Latifah, F. N. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Produk Pembiayaan Kur Syariah Di Pegadaian Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/13945%0Ahttps://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/download/13945/5574>
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (S. Sutopo (ed.); Cetakan ke). Alfabeta.
- Aradatin, A.A.S., Muslih, B., Meilina. R. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri) Sulton*.
- Yelvita, F. S. (2022). Sejarah Perbankan Di Indonesia. *S, I*(8.5.2017), 2003–2005.
- Yulgendri, A., & Febriani, R. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Kurnia Abadi Padang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis, I*(1), 329–338.
- Yuniarti, E., & Abdillah, L. (2022). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Bella Songket Palembang dengan Metode Up Selling dan Cross Seliing. *The Fourth Bina Darma Conference Series on Computer Science (BDCCS2022)*, 4(1), 96–105.
- Liana Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129–136. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i2.156>