

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Rofiq, Arifin Zainul, And Wilopo. 2013. *Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. 3. Articels. Edited By Abdul Rofiq. Malang.
- Carollina, Donna, Yongkie Angkawijaya, And Victor Adiluhung Abednego. 2022. “Jurnal Bahasa Rupa | 144 Analisis ‘Aida’ Pada Konten Instagram ‘Madame Gie’ Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Bahasa Rupa* 05:1–10.
- Fiershanty, Derby, Budi Santoso, And Haris Hermawan. 2020. *Efektivitas Pemasaran Online Melalui Instagram Dengan Aida Model Pada Ukm Pisang Nugget Di Jember Effectiveness Of Online Promotion Via Instagram With Aida Models In Sme Of Banana Nugget Jember*. Abstrak. Edited By Fiershanty Derby, Santoso Budi, And Hermawan Haris. Jember.
- Iha, Hikma, Seno Sumowo, And Wahyu Eko Setyaningsih. 2020. *Universitas Muhammadiyah Jember 2020 Efektivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Swiwings Jember Menggunakan Metode Aida (Attention, Interest, Desire, Action)*. Abstrak. Edited By I. Hikma, S. Seno, And S. Wahyu Eko. Jember: Crismon1998@gmail.com.
- Ismail, Thea Theodora. 2021. *Analisis Elemen Aida Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Perpustakaan Di Dinas Arsip Dan Perpustakaan Kabupaten Bandung Analysis Of Aida Elements On Instagram Social Media As A Library Promotion Media In The Archives And Libraries Office Of Bandung Regency*. Vol. 12. Abstrak. Edited By I. Diva Thea Theodora. Bandung: Divatheodora11@gmail.com.
- Naryono, Endang. 2019. *Analisis Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektivitas Iklan Sebagai Dasar Strategi Pemasaran Onlineshopdi Kota Sukabumi*. Vol. 08. Jurnal. Edited By E. Naryono. Sukabumi: Rtumarima@gmail.com.
- Nurul, Fidyah. 2017. *Efektifitas Iklan Produk Kosmetik Wardah Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Follower @Wardahbeauty Pada Media Sosial Instagram) Skripsi*.
- Shofian, Fitrohmana. 2015. “Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (Aida) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pt. Djarum (Djarum Super).” *Abstrak* 1–13.
- Asal Usul Bank Bsi Diakses Dari Website https://tr.bankbsi.co.id/corporate_history.html Pada Tanggal 20 Oktober 2022
- Pangsa Pasar Bank Syariah Diakses Dari Google Website Dengan Link <https://www.republika.co.id/berita/Raqp6r383/Pangsa-Pasar-Bank-Syariah-Tembus-665-Persen-Ojk-Harus-Rasional>. Pada 15 Oktober 2022
- Pengertian Media Sosial Diakses Dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>. Pada 15 Oktober 2022
- Profil Bank Syariah Indonesia Diakses Dari <https://www.instagram.com/banksyariahindonesia/>. Pada 15 Oktober 2022

Akmal Musyadat Cholil (2020: 112) / Buku 150 Brand Awareness Ideas : Metode Sukses Dan Praktis Membangun Kesadaran Merek

B.K. Lewis (2012) / Social Media And Strategic Communication And Perceptions Among Collage Students

Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), H. 2

Bambang Prasetyo Dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta Raja Grafindo Persada , 2012, H.102

Mudrajad Kuncoro, Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi, Jakarta: Erlangga, 2013

Teknik Pengambilan Data Pengumpulan Data Menurut Para Ahli Diakses Dari <https://Deepublishstore.Com/Teknik-Pengumpulan-Data-Menurut-Para-Ahli/>. Pada 17 Oktober 2022

(Abdul, Zainul, and Wilopo 2013; Carollina, Angkawijaya, and Abednego 2022; Fiershanty, Santoso, and Hermawan 2020; Iha, Sumowo, and Setyaningsih 2020; Ismail 2021; Naryono 2019; Nurul 2017; Shofian 2015)

