

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- AFTECH. (2024). IFSE 2024: Kolaborasi *Fintech* Dorong Inovasi dan Inklusi Keuangan, Masa Depan Keuangan Lebih Cerah [Press release]. Asosiasi *Fintech* Indonesia.
- Alberta, H., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI), 2(1), 1.
- Bahri, R. S. (2020). Kajian Literature Strategi Ritel *Omnichannel* Sebagai Pengembangan Dari Strategi Ritel *Multichannel* Pada Industri Ritel. Journal of Accounting and Business Studies, 5(2).
- Bakhar, M., Harto, B., Gugat, R. M. D., Hendrayani, E., Setiawan, Z., Surianto, D. F., ... & Tampubolon, L. P. D. (2023). PERKEMBANGAN *STARTUP* DI INDONESIA (Perkembangan *Startup* di Indonesia dalam berbagai bidang). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Cahyono, G. H. (2018). Fenomena *Startup Fintech* dan Implikasinya. Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas, 8(4), 44-55.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). Program loyalitas pelanggan. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 27-28.
- Haryono, C. G. (2020). Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hati, P.D.P., & Cindoswari, A.R. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGANINDOMARET DI KOTA BATAM. Scientia Journal.
- Hidayati, T., Ismayani, I., Tanjung, Y. T., & Faqurrowzi, L. (2022). Sosialisasi Peran dan Risiko Pinjaman Online. Journal Liaison Academia and Society, 2(4), 112.

- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Kamila, T. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Nawazena Pictures dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- LASE, F.W. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PERCETAKAN DOMINIC.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Lestari, A. H. (2024). Pengaruh Program Keanggotaan (Membership), Strategi *Omnichannel* Dan Digital *Marketing* Terhadap Repurchase Intention Di Sociolla Bali (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Lestari, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pemanfaatan Starategi Bisnis *Omnichannel Marketing* pada UMKM Kabupaten OKU Timur. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(1), 89-94.
- Marhendrajaya, J. I., Handayani, S. W. E., & Sutanto, D. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WAHYU MULYO COLLECTION KLATEN. *SMOOTING*, 21(3), 257-266.
- Missa, R. (2021). Penggunaan Teknologi Komunikasi Digital Sebagai Tawaran Sarana Pelayanan Pastoral Di Tengah Pandemi Covid-19. *Atma Reksa: Jurnal Pastoral Dan Kateketik*, 5(1), 36.
- Nabila, A. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Online Shop Xavia Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

- Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445-4451.
- Nasution, R. S. (2024). Optimalisasi Model Bisnis untuk *Startup* di Indonesia dalam Menghadapi Kompetisi Global. *Circle Archive*, 1(5).
- Octora, H., & S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 261-270.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 10/POJK.05/2022 tentang Penyelenggaraan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. <https://www.ojk.go.id/>. Diakses pada 17 April 2025.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *FAQ fintech lending*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/saluran/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf>
- Palmatier, R. W., Sivadas, E., Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (2020). *Marketing channel strategy: An omnichannel approach* (9th ed.). Routledge.
- Prasetyo, D. (2006). Strategi Komunikasi Personal Sening PT. Adira Dimamika Multi Finance Tahun 2006 (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Puti, Y. A. (2024). Business Model *Fintech Aggregator* In Indonesia (Cermati. com Case Study). *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(3), 634-635.
- Reuters. (2024). *Indonesia's dwindling middle class seen dimming economic outlook*. <https://www.reuters.com/markets/asia/indonesias-dwindling-middle-class-seen-dimming-economic-outlook-2024-09-11>. Diakses pada 17 April 2025.
- Rifa'i, K. (2019). Membangun loyalitas pelanggan. *Pustaka Ilmu*, 53-54.
- Rifani, D. A., & Genoveva, G. (2023, March). PENGARUH PELANGGAN E-COMMERCE TERHADAP OPTIMALISASI SISTEM *OMNICHANNEL*

- BAGI MERCHANT E-COMMERCE. In SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi) (Vol. 6, pp. 346-367).
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Siregar, A. N. (2024). *Penerapan Integrated Marketing Communication Melalui Konsep Omnichannel Marketing dalam Program Pemasaran Jajanan Tongku* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., ... & Dewi, I. C. (2023). *Loyalitas Pelanggan. Startup Ranking*. (n.d.). *Countries with the top startups worldwide*. Retrieved April 17, 2025, from <https://www.startupranking.com/countries>.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, R. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 2(1).
- Suriansha, R. (2021). *Omnichannel Marketing*. *Journal of Economics and Business UBS*, 10(2), 3-8.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Syamsudin, A. T., & Fadly, W. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan di PT BPR Syariah Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 51-65.
- Syauqi, A. T. (2016). *Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Department of Electrical Engineering and Information Technology, 3(2), 1-4.
- Tobing, M. M., Hutabarat, L., & Sirait, A. J. (2024). Cultural Improvement of the Gen-Z Digital Media User in Pingge Village Bali. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(1), 64-70.

- Yulianti, A., Lubis, A. N. R., Oktaviani, A., Akbar, D. M., Novianti, I., & Hartono, T. (2023). PENGELOLAAN INFORMASI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI HUMAS SUSKA TV. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 5(3), 224-236
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.
- Ziliani, C., & Ieva, M. (2019). *Loyalty management: from loyalty programs to omnichannel customer experiences*. Routledge.

