

DAFTAR PUSTAKA

- Aberth, W. A. (2024, November 17). *Seabank Pimpin Pasar Perbankan Digital, Bank Jago Dan Blu By Bca Susul Dengan Tingkat Konversi Tinggi*. Diambil Kembali Dari Goodstats: <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Seabank-Pimpin-Pasar-Perbankan-Digital-Bank-Jago-Dan-Blu-By-Bca-Susul-Dengan-Tingkat-Konversi-Tinggi-E60p0>
- Adrai, R. &. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68-85.
- Afifah, N. A. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346-364.
- Ahdiat, A. (2023, Juli 05). *Transaksi Digital Banking Di Indonesia Tumbuh 158% Dalam 5 Tahun Terakhir*. Diambil Kembali Dari Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/41234dcb958d96e/Transaksi-Digital-Banking-Di-Indonesia-Tumbuh-158-Dalam-5-Tahun-Terakhir>
- Alarcón, D., & Sánchez, J. A. (2015). Assessing Convergent And Discriminant Validity In The Adhd-R Iv Rating Scale: User-Written Commands For Average Variance Extracted (Ave), Composite Reliability (Cr), And Heterotrait-Monotrait Ratio Of Correlations (Htmt). *Spanish Stata*, 5-39.
- Allui, A. L. (2022). Non-Financial Benefits Of *Corporate Social Responsibility* To Saudy Companies. *Sustainability*, 3-16.
- Anshori, M. F. (2024). Implementasi Creating Shared Value (Csv) Untuk Membangun Bisnis Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 94-99.
- Ariningsih, E. P. (2022). *Intention to Use E-Wallet* Dilihat Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227-238.
- Aripin, N. T. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29-45.
- Aslichah, A. (2024). Analisis Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sektor Perbankan. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 8190-8200.

- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid Of *Corporate Social Responsibility*: Toward The Moral Management Of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 39-48.
- Chawla, D. &. (2019). Consumer Attitude And Intention To Adopt Mobile Wallet In India – An Empirical Study. *International Journal Of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618.
- Company., M. &. (2023). *The Future Of Banking: How Digital Transformation Is Reshaping The Industry*.
- Dellanita, A., & Nariswari, S. L. (2022, 07 22). *Studi: Gen Z Terbukti Peduli Pada Lingkungan Dan Tidak Boros*. Diambil Kembali Dari Kompas.Com: <https://Lifestyle.Kompas.Com/Read/2022/07/22/210841220/Studi-Gen-Z-Terbukti-Peduli-Pada-Lingkungan-Dan-Tidak-Boros>
- Didan, D. H. (2024). Pengaruh Media Exposure, Profitabilitas Terhadap Corporate Responsibility. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 53-64.
- Elhattab, N. E. (2024). Does Wisdom Leadership Drive *Employee Advocacy* And Retention In Travel Agencies? *Journal Of The Faculty Of Tourism And Hotels-University Of Sadat City*.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals With Forks*. Gabriola Island, Bc: New Society Publishers.
- Elshifa, A. S. (2024). *Strategi Komunikasi Memperkuat Hubungan Interpersonal Dan Public Relation*. Kebumen: Mutiara Intelektual Indonesia Press.
- Fahmi, M. S. (2024). Mediasi *Customer Engagement* Behavior: Digital Marketing Dan Kualitas Makanan Guna Mencapai Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 39-58.
- Fatma, M., & Khan, I. (2023). Impact Of Csr On Customer Citizenship Behavior: Mediating The Role Of *Customer Engagement*. *Mdpi*.
- Ferawati, R. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Kesiediaan Konsumen Membayar Harga Premium Produk Pizza Hut (Studi Kasus Konsumen Pizza Hut Di Yogyakarta).
- Gleim, M. R. (2023). Is Doing Right All That Matters In *Sustainability Marketing*? The Role Of Fit In Sustainable Marketing Strategies. *Journal Retail Consum. Serv*, 103-124.
- Gong, Y., Xiao, J., Tang, X., & Li, J. (2023). How *Sustainability Marketing* Influences The *Customer Engagement* And Sustainable Purchase Intention? The Moderating Role Of *Corporate Social Responsibility*. *Journal Frontiers In Psychology*.

- Gracyela, V. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Cinderella Terhadap Brand Awareness Flawsome Di Instagram. *Universita Multimedia Nusantara*, 27-46.
- Gusti, A. (2025, Januari 28). *Cmo Signals: Evolving From Influencer Marketing To Word-Of-Mouth Commerce*. Diambil Kembali Dari Social Media Today: https://resources.industrydive.com/cmo-spotlight?utm_source=smt&utm_medium=library&utm_campaign=aspire
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E (2019). Multivariate Data Analysis,. *In Mathematics Of Computation*.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The Impact Of Service Quality, *Customer Engagement* And Selected Marketing Constructs On Airline Passenger Loyalty. *International Journal Of Quality And Service Sciences*, 21-40.
- Harsanto, W. A. (2023). The Use Of Technology Acceptance Model (Tam) To Analyze Consumer Acceptance Towards E-Commerce Websites. A Case Of The Plantage.Id Digital Transformation Solution. *Journal Of Environmental And Development Studies*, 4(2), 206–213.
- Hartatik, H. R. (2023). *Tren Technopreneurship: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian Dengan Teknologi Digital*. . Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartono, R. A. (2024). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Mewah: Pembuktian Dari Pt. Superhelindo Jaya, Yogyakarta. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 216-234.
- Herman, M. (2024, December). *Employee Advocacy On Social Media: Benefits, Examples & Strategies*. Diambil Kembali Dari <https://www.lumapps.com/>
- Hira, A. (2023, July). *Sustainable Marketing: Pengertian, Prinsip, Manfaat, Dan Contoh Penerapannya Dalam Bisnis*. Diambil Kembali Dari <https://markplusinstitute.com/>
- Islama, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2020). The Impact Of *Corporate Social Responsibility* On Customer Loyalty: The Mediating Role Of Corporate Reputation, Customer Satisfaction, And Trust. *Elsevier*.
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable Marketing Activities Of Traditional Fashion Market And Brand Loyalty. *Kim, Journal Of Business Research*, 294-301.

- Kang, X. (2024). Corporate (Social) Responsibility In State-Business Relations From The Perspective Of Critical State Theory: A Historical Case Of Early Modern China. *Kang International Journal Of Corporate Social Responsibility*, 2-13.
- Kartikasari, N. D. (2017). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 8-16.
- Kong, H. M., & Ko, E. (2017). Why Do Consumers Choose Sustainable Fashion? A Cross-Cultural Study Of South Korean, Chinese, And Japanese Consumers. *J. Glob. Fash Mark*, 8, 220–234.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Kumala, D. C. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-29.
- La Pade, A. &. (2023). Subjective Norms Are Not Important For Millennials In Determining Their Interest In Technology: Tam And Tpb Models Examines. *Jesi (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 143-162.
- Lindungihutan. (2022, Agustus 17). *Green For Indonesia – Seabank Csr Program 2022*. Diambil Kembali Dari Lindungihutan: <https://lindungihutan.com/seabank>
- Mardianti, I. V. (2020). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Dan Intensitas Modal Terhadap Pernghindaran Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*, 2-24.
- Mayanti, Y. R. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam. *Journal Of Applied Islamic Economics And Finance*, 651-660.
- Mehta, A. M., & Handriana, T. (2024). Analyzing Csr And Customer Engagement Through Green Banking Digitalization: With The Mediating Effect Of Perceived Environmental Value And Moderation Effect Of Customer's Eco-Consciousness. *Cogent Business & Management*.
- Melandri, M. F. (2024). Analisis Pengalaman Pelanggan Dan Keterlibatan Pelanggan Dalam Berbelanja Online Di Shopee Yang Berdampak Kepada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia*).
- Mere, K. P. (2024). Peran Konten Interaktif Dalam Membangun Keterlibatan Konsumen Dan Memperkuat Kesetiaan Merek: Tinjauan Pada Platform

- Media Sosial Dan Situs Web Perusahaan. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(3), 5455-5556.
- Mishra, M. (2016). Confirmatory Factor Analysis (Cfa) As An Analytical Technique To Assess Measurement Error In Survey . *Pardigm*, 97-112.
- Muktamar, A. H. (2023). Msdm Era Milenial: Pengelolaan Msdm Yang Efektif Untuk Generasi Milenial.
- Müller-Stewens, J., Schlager, T., Herrman, A., & Häubl, G. (2016). Gamified Information Presentation And Consumer Adoption Of Product Innovations. *Journal Of Marketing* , 8-24.
- Musfirati, A. L. (2021). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 5, 471-487.
- Oktafian, W. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Niat Beli Pada Aplikasi Tokopedia Di Surabaya Dengan Sikap Konsumen Sebagai Pemediasi. (*Doctoral Dissertation, Stie Perbanas Surabaya*).
- Oktaria, E. T. (2020). Efektivitas Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro. *Ekombis Sains, Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 5, 37-43.
- Oktaviana, I. N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822.
- Park, H. L.-Y. (2017). The Four Faces Of Apparel Consumers: Identifying Sustainable Consumers For Apparel. *J. Glob. Fash. Mark.* 8, 298–312.
- Park, H., & Jiang, Y. (2020). A Human Touch And Content Matter For Consumer Engagement On Social Media. *Corporate Communications An International Journal* , 501-520.
- Peattie, K., & Crane, A. (2017). Green Marketing: Legend, Myth, Farce Or Prophecy? *Emerald Group*.
- Populix. (2024). *Analysis Of The Ecosystem And Perception Of Digital Banks In Indonesia*. Populix.
- Prakosa, A. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 270-282.

- Raamdhani, M. A. (2024). Pengaruh Strategi Komunikasi Csr Bank Bri Melalui Aplikasi Brimo Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kalangan Mahasiswa Unpad Psdku Melalui Media Kepercayaan Dan Kepuasan. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(1), 115-135.
- Rachmat, Z. P. (2023). *Digital Marketing Dan E-Commerce*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Rahmawati, M. Z. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Relationship Focused Ceo Leadership Dan Inclusive Leadership Dengan Symmetrical Internal Communication Terhadap Scouting Karyawan Milenial Di Wilayah Perkantoran Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 227-238.
- Ramadhani, A., & Miftahudin, A. (2024). *Sustainability Marketing: Strategi Dan Implikasinya Di Indonesia*. *International Journal Of Evaluation And Research In Education*.
- Saputra, S. &. (2024). Pengaruh Karakteristik Informasi Ewom Dan Perilaku Konsumen Terhadap Niat Beli Smartphone. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 1-19.
- Sheehy, B. A. (2021). *Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development And Corporate Sustainability: What Is The Difference, And Does It Matter?* *Sustainability*, 13, 59-65.
- Sugandini, D., Sukarno, A., Kundarto, E. M., & Irhas, M. (2020). *Perilaku Konsumen Pro-Lingkungan*. Zahir Publisher.
- Sukesa, I. K. (2023, April). *Employee Advocacy Kemenkeu: Buzzer Atau Bukan?* Diambil Kembali Dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>
- Suprpto, Y. J. (2023). Peran Etika, Keberlanjutan, Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Internasional. *Journal Of Management*, 6, 598-607.
- Supriyadi, H. N. (2022). Model Peningkatan Nilai Perusahaan Berbasis Triple Bottom Line Csr Dan Profitabilitas. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 209-221.
- Thakkar, J. J. (2020). *Structural Equation Modelling: Application For Research And Practice (With Amos And R)*. Springer Nature Singapore Pte Ltd.
- Thakur, R. (2018). *Customer Engagement And Online Reviews*. *Journal Of Retailing And Consumer Services*.
- Uyttenhove, L. (2023). *Employee Advocacy: Advocating Beyond Call Of Duty*. *Master's Dissertation, Ghent University*.

Wardhana, A. (2024). *Brand Management In The Digital Era–Edisi Indonesia*. Purbalingga: Cv. Eureka Media Aksara.

Widyastuti, S. (2019). Sebuah Sintesis Pada Literatur: Strategi Intervensi Pemasaran Hijau Menuju Pembangunan Berkelanjutan (A Synthesis Of Literature: A Green Marketing Intervention Strategy Towards Sustainability Development). *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 83-94.



Intelligentia - Dignitas