

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & Friyatmi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.
- [2] Samsul, F. (2020). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Home Industry Iwan Bubut Di Badamita Rakit Kabupaten Banjarnegara (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- [3] Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai kopi online di Kota Medan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220-235.
- [4] Amarta, C. D., Wardaya, A., Nugroho, A. V., & Setiawan, P. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital dan Kualitas Produk untuk Mendapatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 7608-7621.
- [5] N. P. S. Supertini, N. L. W. S. Telagawati, and N. N. Yulianthini. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja, *Prospek J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, p. 61, 2020, doi: 10.23887/pjmb.v2i1.26201.
- [6] Kiseleva, E. M., Nekrasova, M. L., Mayorova, M. A., Rudenko, M. N., & Kankhva, V. S. (2016). International Review of Management and Marketing Special Issue on “Management of Systems of Socio-Economic and Legal Relations in Modern Conditions of Development of Education and Society” The Theory and Practice of Customer Loyalty Management and Custome. *International Review of Management and Marketing* |, 6(S6), 95–103.
- [7] Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 450–465.
- [8] Sayyid, M. (2020). Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi. *Zifatama Jawara*.

- [9] Nana Herdiana Abdurrahman, Manajemen Strategi Pemasaran, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), h. 16.
- [10] Yogie Alontari. (2022). Strategi Pemasaran di Era Digital dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial
- [11] Chaffey, D., & Hemphill, T. (2019). Digital Business and E-commerce management. In Pearson Education Limited.
- [12] Zul Fadli, S.E., M.A.P., 2022., MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL.
- [13] Andi Gunawan Chakti., 2019., THE BOOK OF DIGITAL MARKETING.
- [14] Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta. Jurnal Ilmiah Edunomika, 144–151.
- [15] Chakti, A. G. (2019). The Book Of Digital Marketing(Sobirin, Ed.; 1st ed.). Celebes Media Perkasa.
- [16] Kusuma & Sugandi (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts.
- [17] Andy, P.W., Jefry, A.M., & Aniek, I. (2020). Digital Marketing. PT. Literindo Berkah Karya.
- [18] TODOR, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series I: Engineering Sciences, 9(1), 51–56.
- [19] Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In Journal of Chemical Information and Modeling(Vol. 53, Issue 9).
- [20] Nikous Soter Sihombing,S.T, S.Kom,M.M., 2022., PEMASARAN DIGITAL.
- [21] Nursatyo & Rosliani, D. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs PembandingHargaTelunjuk.Com, 1(2),46-67.
- [22] Anggraeni, P. D., & Sabrina, T. A. (2021). Analisis Customer Engagement Terhadap Kafe Di Kota Tegal. Journal of Tourism and Economic, 4(1), 18–27.

- [23] Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi. Danang Sunyoto. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa.
- [24] Indriani, E. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia). Yuniarti, D., & Syarifudin, A. (2020). Pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap underpricing pada saat initial public offering. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 214-227.
- [25] Oktaviano, D. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 46-54.
- [26] Afif, M. (2019). Pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan bagian packing produk minuman PT. singa mas pandaan. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 104-125.
- [27] Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6(1), 38-49.
- [28] Disastra, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 55-66.
- [29] Saputro, A. H. S. A. H., & Muttaqin, R. M. R. (2023). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Niramas Utama Pada Divisi Modern Trade Di Kota Bandung: Bahasa Indonesia.
- [30] Helen, H., & Rusdi, F. (2018). Pengaruh penggunaan media sosial akun instagram@ jkinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Prologia*, 2(2), 355-362.