

DAFTAR PUSTAKA

- Abas,N.(2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA SNACKGI DI BANJER (Doctoral
- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Adani, A. (2020). 6 Jenis Strategi Pemasaran Digital yang Efektif. Jurnal Pemasaran Digital, 1(1), 12-20.
- AFIF I, M. A. (2021). Analisis Komodifikasi Kemiskinan dalam Tayangan Duit Kaget di GLOBAL TV Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Agung, R. A. N. A. A., Maryati, M., & Ismiyanti, N. (2024). PENGARUH KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS LAYANAN PEMBIAYAAN MIKRO ARRUM EMAS DI PEGADAIAN KCP PADALARANG, BANDUNG BARAT. Jurnal Pelita Nusa: Social and Humaniora, 4(1), 80-92.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition), 3(2), 198-206.
- Aldy, M. (2016). *Analisis regresi dalam penelitian ekonomi* (Edisi 1). Penerbit Universitas Indonesia.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. Pilar, 14(1), 15-31.
- I, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk



- Konsumen di Era Digital. Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir, 2(1), 155-166.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir, 2(1), 155-166.
- Anoit, P. D., Picauly, I., & Boeky, D. L. (2024). HUBUNGAN ANTARA FAKTOR GIZI KESEHATAN DAN DUKUNGAN ORANG TUA DENGAN PRESTASI BELAJAR SISWA SEKOLAH DASAR DI KECAMATAN BIBOKI UTARA
- Arikunto, S. (2017). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Ariska, S. (2023). KOMUNIKASI PEMASARAN ERA DIGITAL: LITERATURE REVIEW TERHADAP STRATEGI ADVERTISING MULTIKANAL MCDONALD'S. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi, 8(3), 427-443.
- Ashlah Syukriya, A. S., & Juli Prastyorini, J. P. (2024). LAPORAN MAGANG-PROSEDUR ADMINISTRASI PADA CV. VICTORY TOYS SURABAYA (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Assauri, S. (2021). Manajemen Pemasaran (dasar konsep dan strategi) (Vol. 286). Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Aulia, F., & Nugroho, A. (2021). *Loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran* (Edisi 1).
- Bahwiyanti, J., & Sugiannor, S. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Paris Banjarbaru. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 4(1).
- Basu, S. (2014). Teori Penjualan dan Pemasaran. (hal. 246).
- D. (2021). Digital marketing: Strategy, implementation, and practice (8th ed.). Pearson Education.



Damayanti, T., & Gemiharto, I. (2019). Kajian dampak negatif aplikasi berbagi video bagi anak-anak di bawah umur di Indonesia. *Communication*, 10(1), 1-15.

dissertation, IAIN MANADO).

DITETAPKAN PT PERTAMINA PATRA NIAGA (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).

Faradiss, W., & Sukamto, S. (2025). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Produk di E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5055–5062.
<https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.1921>

Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th edition). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Girsang, R. F. (2018). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SALESTOCKINDONESIA.COM (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN.

Grønmo, 2020 Peattie, K. (2001). Golden Goose or Wild Goose? The Hunt for the Green Consumer. *Business Strategy and the Environment*.

H. E., Sunoto, I., & Aruan, M. C. (2023, January). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Baju Pada Hs Store Berbasis Java Neatbeans. In Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi) (Vol. 7, No. 1).

Hanindharputri, M. A., & Putra, I. K. A. M. (2019, September). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand. In Sandyakala: Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, dan Desain (Vol. 1, pp. 335-



343).

Hasanah, F. (2022). *Efektivitas kampanye digital marketing terhadap tingkat penjualan pada konsumen.*

Idris, S. (2023). PENGARUH STRATEGI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI PENDEKATAN RELATIONSHIP MARKETING (Studi Kasus Pada UD Ayam Potong Cahaya Soppeng di Kab. Konawe Selatan Kota Kendari) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Indra, I., Ihsyan, I., & Erwinda, E. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion Di E-commerce Tiktok Shop. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 2(1).
<https://doi.org/10.62337/jsse.v2i1.15>

Indrawati, A. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen.*

Iskandar, A., Kurniawan, A., & Supriandi, S. (2023). Pemasaran Digital: Strategi dan Tantangan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 1(1), 1-10.

Ismail, M. I. H., & Arief, R. (2024). Pengaruh Pembangunan Perumahan Baru Tallasa City Terhadap Lingkungan Hidup: Lokasi Studi: Sepanjang Jalur Lingkaran Barat Kelurahan Kapasa Kecamatan Tamalanrea. *Journal of Urban Planning Studies*, 4(2), 166-172.

Jannah, N. N., Suryana, Y., & Khoeruddin, H. (2022). Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital Hubungannya dengan Minat Peserta Didik. *Jurnal Kependidikan Islam*, 12(2), 127-137.

TEN TIMOR TENGAH UTARA. *Jurnal Pangan Gizi dan Kesehatan*, 3(1), 34-43.



Khairinal, D. (2016). *Pengantar metode penelitian* (Edisi 1, hal. 347). Graha Ilmu.Bisnis.

Komputer. Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak, 3(3), 278-285.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management* (15th ed.)

Kusumawati, R., et al. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Loyalitas Pelanggan pada Generasi Z di Kota Surabaya. Jurnal Pengembangan

Lailia, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. Jurnal of Management and Social Sciences, 1(2), 01- 10.

Lerek, A. E., Kastanya, J., & Clan, E. (2024). Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Volume Penjualan pada Pusat Grosir Harapan 1 Kota Sorong. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10332–10346. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8898>

Mahdalena, S. (2023). Prosedur Penjualan Kendaraan Secara Kredit Melalui Pihak Leasing Pada PT. Agung Toyota Cabang Sipin Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).

Muhammad, Z. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Di Refill

Mulyono, S. (2019). Analisis regresi sederhana dan regresi berganda dalam penelitian. Jurnal Penelitian dan Pengembangan, 5(2), 123–130.

Munandar, A., & Syahputera, R. (2021). Pengaruh Penerapan Aspek Keperilakuan Pada Etika Akuntan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pekerjaan mum Bina Marga. Strategi, 11(02).



(2023). Hubungan Antara Strategi Pemasaran Digital dan Kepuasan

Pelanggan terhadap Penjualan Produk pada Restoran Cepat Saji. Jurnal Pemasaran dan Manajemen.

Mustopa, Y., Handayani, M. A., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Pengendalian Internal Dan Tunjangan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pengadilan Tata Usaha Negara Bandar Lampung. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 27(1), 47-54.

Nihayah,A.Z.(2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS.Semarang :UIN Walisongo Semarang.*

Noor, J. (2017). Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah.Jakarta: Kencana.

Nuraini, N., Kusuma, F. H. D., & Rahayu, W. (2018). Hubungan interaksi sosial dengan kesepian pada lansia di kelurahan tlogomas kota malang. Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan, 3(1).

Parfume Bdl) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG) Mulyono, D. (2019). Analisis regresi sederhana: Tujuan dan aplikasi. Jakarta: Penerbit Statistik Terapan.

Pasuk, I. J. I., Sungkawati, E., & Harmadji, D. E. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGETAHUAN KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PADA PEDAGANG PASAR SAWOJAJAR. Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM), 4(3), 28-38. PETROCHEMICAL UNTUK MENCAPAI TARGET YANG TELAH

Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing. Prayoga,

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, uren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1-



17.

Putra, D. K. (2023). RELANTIONSHIP OPTIMAL PENJUALAN.

Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194-208.

Riyadh, H. A., & Prayoga, H. (2021). Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Melalui Pembuatan Website dan E-Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.

Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. *Prosiding*.

Roziqin, M. Z., & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Geprek Sa'i Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 5(2), 197–204. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.5664>

Sagala, M. S. (2021). PENGARUH PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT. GML PERFORMANCE CONSULTING. *JURNAL VISI EKONOMI AKUNTANSI DAN MANAJEMEN*, 3(1), 1-13.

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439.

Satria, H. (2021). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating. *Cash*, 4(2), 134-144.

4. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas



ekonomi dan bisnis. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(4), 320-330.

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 301-313.

Setiawan, D., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, 657-663.

Sihombing, S., Sipayung, R., & Tanjung, D. S. (2020). Pengaruh Perhatian Orangtua Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika Di Kelas Iv Sd Negeri 097350 Parbutaran

Simalungun. School Education Journal Pgsd Fip Unimed, 10(4), 314- 322.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono.(2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Suhairi, S., Asmita, R. A., Mahira, T. I., Lubis, S. A., & Triyani, W. S. (2023). Analisis Strategi Bisnis Restoran Cepat Saji Mcdonald's Dalam Memasuki Pasar Global. Jurnal Mirai Management, 8(1), 35-46.

Supriandi, S. (2022). Transformasi Pemasaran Digital. Jurnal Riset Pemasaran, 1(1), 1-10.

Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 24-36.

, & Budiyanto, N. E. (2022). Penerapan Digital Marketing dengan Analisis



STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak, 4(1), 66-71.

Umami, F. D., & Djunaid, M. F. KESULITAN SISWA DALAM MEMAHAMI BACAAN DI KELAS IV SD NEGERI 17 TANJUNG BATU.

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

Wahyuddin, R., Sucipto, A., & Susanto, T. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality Dengan Metode Multiple Marker Pada Pengenalan Komponen

Wati, A., Santoso, B., & Gunawan, C. (2020). Strategi pemasaran digital: Pendekatan dan penerapannya. Jakarta: Penerbit Digital.

Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pada Pelanggan Usia Muda. Jurnal ManajemenKewirausahaan.

Wikipedia.(2018).GenerasiZ. Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z

