

Daftar Pustaka

- Agustinus Suradi, Sri Purwati, Muhammad Zakaria, Rezky Nurbakti, & Fahrina Mustafa. (2024). Analysis of Determinant Factors Customer Loyalty Towards Brand in The Telecommunication Industry With The Digitalization Paradigm. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 6(2), 36–41. <https://doi.org/10.60083/jsisfotek.v6i2.349>
- Ary Setyaningrum, Dkk (2015) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan-Jakarta: Penerbit, Prenhalindo.
- Ashoer, M., Hamzah, M. N., & Mustafa, F. (2019). Analisis Faktor yang mendorong Konsumen Memilih Hotel Melalui Situs Traveloka.com. JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN), 5(2), 146. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.2074>
- Assauri, S. (2020). MANAJEMEN PEMASARAN (14th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Dewianawati, D., Nurhayati, N., Razak, M., Wijaya, N.P.N., I Gusti Ngurah Suaryasa, I.G.N., Sakti, D.P.B., Darsana, I.M., Hanafiah, H., Mustafa, F., Puspitasari, M., Puspasari, D., Suastina, A.W.O., (2023), Manajemen Pemasaran Jasa, Bali, CV. Intelektual Manifes Media.
- Hartanti, H., & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 4 (2), 183–190.
- Jannah, L. A. R. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Produk iB Gadai Emas BPRS Saka Dana Mulia di Era Pandemi Covid-19* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98-102.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. PT Indeks.



Armstrong dalam Krisdayanto (2018): Manajemen Pemasaran Jilid I. Jakarta

- Maulida, Z., & Indah, D. R. (2021). Analisis strategi pemasaran sebagai strategi persaingan bisnis: Studi kasus bisnis kuliner rumah makan khas Aceh “Hasan” di Kota Banda Aceh. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 2(3), 188-202.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mutofar, M. M., Bahar, A., & Mustafa, F. (2024). The Role of Management Information System Innovation as a Catalyst to Enhance Profitability in the Contemporary Digital Business Era. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 172-180. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13510>
- M. Firli, Tengku. 2020. Buku Ajar Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nisa, K., Alim, S., & Satpatmantya, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Cikarang Selatan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 279-286.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2018). Ilmu Perilaku Kesehatan, Jakarta: Rineka Cipta. 2018.
- Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 60-72.
- Prasetyowati, A., Martha, JA, & Indrawati, A. (2020). Pemasaran digital.
- Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). Analisis swot pada strategi persaingan usaha minimarket madina purbaratu kota tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Purwana, Dedi. Dkk. (2017). “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* Vol. 1 No. 1 Juli.



- Rumondang, A., Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Sitorus, S., Simarmata, J., ... & Arif, N. F. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen.
- ... dan Nila Pratiwi. 2018. Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kurs dan Inflasi ... Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 03

No. 1.

- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Sudirjo, F., Mustafa, F., Diah Astuti, E., Tawil, M. R., & Budiwidjojo Putra, A. S. (2023). Analysis of The Influence of Hedonic Motivation, Digital Devices Ease of Use Perception, Benefits of Digital Technology and Digital Promotion on Intention to Use of Digital Wallets Consumers. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(4), 33-38. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.415>
- Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT
- YULIANTI, N., & Imam, K. (2023). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA JASA PEMBUATAN SPANDUK SURYA PRINTING LAMPUNG)* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).

