

## DAFTAR PUSTAKA

### Daftar Buku:

Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing* (Sobirin (ed.)). Celebes Media Perkasa.

<https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Dr, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. In *Bandung*. Penerbit: CV Alfa Beta.

Erna. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

Fauzi, A., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*. In *Suparyanto dan Rosad (2015)*.

Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods) (Edisi Revisi)*. Alfabeta.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.

[http://repository.unmuhjember.ac.id/12398/1/Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.pdf](http://repository.unmuhjember.ac.id/12398/1/Dasar-dasar%20Manajemen%20Pemasaran.pdf)

Setyowati, Y. (2022). *Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan*.

14.

Stocks, N. (2016). 済無No Title No Title No Title. 3, 1–23.

Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

**Daftar Jurnal :**

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.  
<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>

Ansori, Manual, U., Brämswig, K., Ploner, F., Martel, A., Bauernhofer, T., Hilbe, W., Kühr, T., Leitgeb, C., Mlineritsch, B., Petzer, A., Seebacher, V., Stöger, H., Girschikofsky, M., Hochreiner, G., Ressler, S., Romeder, F., Wöll, E., Brodowicz, T., ... Baker, D. (2022). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Science*, 7(1), 1–8.  
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701->

9%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-  
 x%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017%0Ahttp://linkinghub.elsevier.  
 com/retrieve/pii/S1090780708003674%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed  
 /1191

Astari, E. D. (2020). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pusat Oleh-Oleh Gtt (Gudange Tahu Takwa) Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. *Etheses IAIN Kediri*, 27–28. <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/1932>

Bimantara, Y., Novita, D., & Jaelani. (2022). PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio di Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology*, 1(2), 27–36. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>

Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom, Digital Marketing, Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 36. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.3064>

çimen, sabri, Nasution, F. A., & Mokhammad Samsul Arif. (2020). No 主觀的健康

感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析  
 Title. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 12(2), 6.  
<https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/view/3955>

Covid-, P. P., Syariah, P., Syariah, H., & Lampung, P. (2023). *Implementasi digital marketing pada industri pariwisata dan perhotelan di era pemulihan*. 1–88.

Damayanti, F. A. (2022). Kesuksesan Depot Air Minum Isi Ulang “ Alami “ Di Sawi Semarang. *Jurnal Artikel*, 41–53.  
<https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2018/B.111.18.0176/B.111.18.0176-06-BAB-III-20220217072816.pdf>

Dani Haris. (2019). KUALITAS DAN DESAIN PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 2(2), 21–41. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v1i1i.277>

Dr, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. In Bandung. Penerbit: CV Alfa Beta.

Dwinanda, G. (2019). *Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management*. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>

Education, H. (n.d.). *ICHES: International Conference on Humanity Education and*

*Society.*

Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>

Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>

Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>

Kevin Marcelino. (2020). Kotler 2016. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.

Khoiriah. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.

Lailatul Mufidah, K. T. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 7(3), 6.*

Lestari, A. (2022). Sampel Penelitian. *Repository STIE Indonesia*, 23–32.

<http://repository.stei.ac.id/9143/>

Lisani, A. M., & Indrawati, I. (2020). Pengaruh Digital Marketing Mobile Application Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 254–258. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3665>

mad Bilal AbdulAziz, M. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Desain Produk (Design Product) Terhadap Loyalitas pelanggan (Costumer Loyalty) Pengguna Produk Tas Eiger di Kalangan Followers Instagram Eiger. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., April 2019, 2013–2015.

Mardatillah, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Padan NAEM 555 CUCIAN. *Madani Accounting and Management Journal*, 7(2), 36–63. <https://doi.org/10.51882/jamm.v7i2.38>

Maulida, Y. N. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PADA Rm. AYAM KQ5 PONDOK ....* 8–24. [http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8699%0Ahttp://repository.stei.ac.id/8699/3/BAB 2.pdf](http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8699%0Ahttp://repository.stei.ac.id/8699/3/BAB%202.pdf)

Moncey, A. A., & Baskaran, K. (2020). Digital Marketing Analytics: Building Brand Awareness and Loyalty in UAE. *2020 IEEE International Conference on Technology Management, Operations and Decisions, ICTMOD 2020*, 1–8. <https://doi.org/10.1109/ICTMOD49425.2020.9380579>

- Nurmalasari, Risdiansyah, D., Mohammad Kamal Reza, Septian Rheno Widiyanto, & Sri Dewi Ayu Safitri. (2022). Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Rt 04/Rw 12 Kelurahan Parit Mayor Kecamatan Pontianak Timur. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(2), 44–48.  
<https://doi.org/10.56445/jppmj.v1i2.20>
- Oktaviani, G. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar). *Universitas Islam Riau*, 1–91.
- Oktaviani, S., & Purnama, R. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah (studi pada PT. sinar mas multifinance cabang sukabumi). *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(1), 47–66.
- Putra, I. G. N. B. S., Wardana, M. A., & I Made Darsana. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(1), 777–780.  
<http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/article/view/1387%0Ahttp://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/article/download/1387/1144>
- Putri, A., Hetami, A., Fourqoniah, Andriana, Andriyani, Salsabila, Muniro, T., Riandani, Muliyani, Yashyka, Listiana, & Indah. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 828–839.

- Quintania, M., & Sasmita, S. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i1.9491>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rahmadi, A. N., Sudarmiatin, & Wardana, L. W. (2023). The Influence of Product Quality and Digital Marketing on Customer Loyalty in Coffee Bean Products at Titik Tuju Kediri. *RISK : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 133–140. <https://doi.org/10.30737/risk.v4i2.5206>
- Riyanto, J., & Muchayatin, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas pelanggan Traveloka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 49–56. <https://doi.org/10.55606/jimak.v2i1.899>
- Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32. <https://www.journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/55>
- Salam, A., & Wasil, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Diamond Di Surabaya.



*Management and Accounting Research Journal Global*, 5(No. 2), 443–444.  
<https://jurnal.ikbis.ac.id/global/article/view/482>

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Santoso, B. A., & Lestari, W. D. (2023). The Effect of Digital Marketing on Purchase Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable on Products Starbucks in Sukoharjo. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 5(2), 253–265. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v5i2.3986>

Santoso, H. B. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Online Promotion Dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 1–15.

Šapić, S., Lazarević, J., & Filipović, J. (2021). The effect of country - of - origin image trough quality, design and attractiveness related to product on consumer loyalty. *The European Journal of Applied Economics*, 18(1), 137–150. <https://doi.org/10.5937/ejae18-28972>

Sari, D. P. N. L. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN, DAN NILAI RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2018 – 2021) Skripsi.*

- Sari, R. M. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN CAIR MEREK LUX (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara). *Maulya Alfika*, 2004, 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/7248>
- Sasti, A. A., Sijabat, R., & Darmaputra, M. F. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 173–188. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1640>
- Satria, R., & A.R., H. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 160–171. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.361>
- Septiani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Syntax Fusion*, 1(10), 627–638. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i10.87>
- Siswadi, S., Jumaizi, J., Supriyanto, S., & Dewa, A. L. (2023). Indonesian Online Transportation (Go-Jek) Customers Satisfaction and Loyalty: How the Role of Digital Marketing, Word of Mouth, Perceived Value and Perceived Quality? *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), 1–19. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.362>
- Soekotjo, W. (2020). *Analysis of the Effect of Service Quality on Customer*

*Satisfaction*. 2(1), 125–134. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-226-2\\_11](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-226-2_11)

Syariah, K. B., & Ilmu, G. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*Title. september 2016, 1–6.

Tama, E. C., & Siagian, M. (2024). *SEIKO: Journal of Management & Business Pengaruh Digital Marketing , Variasi Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Board Games Cafe Batam*. 7(1), 859–868.

Veleva, S. S., & Tsvetanova, A. I. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 940(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/940/1/012065>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Yamini, E. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 882–888. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/137>

Yuniartika, M. D. (2022). No Titleהענינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי, 4511(8.5.2017), 2003–2005.

Yusri, A. Z. dan D. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.