

DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, Y. R., & Anshori, M. I. (2019). PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 22(1), 34. <https://doi.org/10.30649/aamama.v22i1.113>
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 66–72. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559>
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(2), 246–270. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022). APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. Tidak Dipublikasikan. Makalah. [APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](https://dataindonesia.id)
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Damiyana, D., & Mulyanah, M. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Peningkatan Penjualan Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Kedas Beauty). *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 7(01), 55–66. <http://www.journal.stie-yppi.ac.id/index.php/JAB/article/view/377%0Ahttp://www.journal.stie-yppi.ac.id/index.php/JAB/article/download/377/297>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Nandra, R. A. (2022). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Skin Care Ms Glow Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 4(6), 1725–1742.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i2.24805>
- Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen. (2018). AQLI Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Jurnal Riset Sains Manajemen. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 121–130. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1477534>

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ferdinand, E., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). ANALISIS KUALITAS PLATFORM E-MARKETPLACE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus: Pengguna Zilingo). *Ekonomi & Bisnis*, 20(2). <https://doi.org/10.32722/eb.v20i2.4354>
- Ghozali. (2016). Metode Penelitian Profitabilitas, ukuran perusahaan, Pergantian Manajemen, dividend Payout Ratio dan Leverage. *Journal of Auditor Switching*, 53(9), 1689-1699.
- Ginting, M., & Haloho, E. (2021). Pengaruh Keterlibatan Pelanggan dan Pemasaran Sosial Media terhadap Loyalitas Pelanggan di Lim's Cafe Kisaran. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(2), 183–192.
- Hartanti, Y., & Leasfita, A. (2022). *WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI APOTIK ANDITA DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19*. 1–10.
- Hendrawan, A., Suchyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian*, 4(1), 53–60. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>
- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report (2022). Data Pengguna digital Internet di Indonesia. Tidak dipublikasikan. Makalah. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta
- Irhamni, M., & Arifin, J. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Barang Alat Tulis Kantor Dan Jasa Fotografi Di Toko Aneka Foto Studio Tamiang Layang. <Http://Jurnal.Stiatabalong.Ac.Id/Index.Php/JAPB>, 4(1), 241–257.
- Imron, retno indah. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). *Jurnal Pengembangan Tekonologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(9), 9.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Jesslyn, B. N., & Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Prologia*, 3(2), 440. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6385>

- Daniel. I., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh pemasaran melalui media sosial terhadap kesadaran konsumen pada produk internasional (Studi Pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 24(1), 1–9.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Hendra. & Rachmawati, I. (2020). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Relasional Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Shoope. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 2220–2237.
- Lyna. (2021). Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 53–63. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.133>
- Makna, S. P. (2023). Pengaruh Social Media Marketing , Persepsi Harga , dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Simcard Tri. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 224–233.
- Marzuki, M. (2019). Pengaruh Return on Equity, Debt To Equity Ratio Dan Size Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Bisma*, 13(1), 27. <https://doi.org/10.19184/bisma.v13i1.8882>
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Oktaviani, W. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Woodcraft tanganketiga. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 3(2). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v3i2.3897>
- Prihandini, F., & Hadi, A. S. P. (2021). Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 57–70. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i1.114>
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Purnomo, E., & Suhendra, E. S. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.13801>

- Puspita, R. (2020). *Pengaruh Website Quality dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus di Desa Karang Anyar Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai)*.
- Puspitasari, A. N., Kumandji, S., & Sunarti, D. (2013). PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP NILAI YANG DIPERSEPSIKAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA ONLINE SHOP Studi pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita www.iwearup.com. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 5(2), 76387.
- Pentingnya peran jasa pengiriman Paxel Market (26 September 2022). Diakses tanggal 15 November 2022. Berita. [Pentingnya Peran Jasa Pengiriman Bagi Bisnis Online \(paxel.co\)](http://www.paxel.co)
- Saleh, G.-, & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Savitri, G. (2021). *PENGARUH MEDIA SOCIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS MEREK (Studi Pada Akun Instagram @ pesenkopi _ id Malang)*.
- Septiana, N. A., & Nosita, F. (2020). *E-SERVQUAL, PROMOSI DAN LOYALITAS PELANGGAN MARKETPLACE* Noor Alisya Septiana 1) , Firda Nosita 2) □. *March*, 38–44. <https://jurnal.polibatam.ac.id>
- Samboro. (2018). Pengaruh Website Quality , Kepercayaan Website Pada. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12(1 juni 2018), 65–74.
- Sihotang, N. S., Laoh, E. O. H., & Kaunang, R. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap LOoyalitas Konsumen Burger King di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(2), 477–490.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Buana Pustaka Indonesia.
- Harminingtyas. Group, R. U., Utilization, R., Need, C., & Society, A. (2014). 42(03), 41-50.
- Sholicha, N., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2286>
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 95–104. <https://doi.org/10.30997/jk.v3i2.919>
- Suwono, L. V., & Sihombing, S. O. (2016). Factors Affecting Customer Loyalty of Fitness Centers: An Empirical Study. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.15294/jdm.v7i1.5758>

- Tjoeng, S. C., & Indriyani, R. (2014). Surya Candra Tjoeng dan Ratih Indriyani. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1).
- Takdir, S., Siska, D., & Rivandi, R. (2022). Pengaruh Social Media Marketing melalui Platform Whatsapp pada Minat Beli Masyarakat. *Economics and Digital Business Review*, 3(1), 42–51. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i1.115>
- Tentang Layanan Paxel Market (26 September 2022). Diakses tanggal 15 November 2022. Berita. <https://paxel.co/id/detail-layanan-dan-bantuan/tentang-paxelmarket>
- Umariyah, Setyowati, E. (2018). *Jurnal Ekonomi Manajemen Page 1*. 1–9.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jom Fisip*, 4(2), 1–22.
- Vidya, O. :, Septiana, A., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2015). Pengaruh Faktor Masa Kerja, Kompensasi dan Pendidikan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Dinas Bina Marga Propinsi Jawa Tengah Dengan Produktivitas Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 1(1), 1–17.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkop.go.id
- Yudha, A. P., & Irawan, A. W. (2022). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi) ANALISA IKLAN MELALUI FITUR INSTAGRAM ADS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FROZEN FOOD*. 8(1), 55–74. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/index>