

DAFTAR PUSTAKA

- Andono, B., & Ihza Maulana, Y. (2022). *Pengaruh brand image dan online customer review terhadap keputusan pembelian melalui online travel agent traveloka (Studi pada konsumen di lingkungan mahasiswa STTKD)*. *Jurnal Manajemen Dirgantara*,15, 62–72. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.570>
- Anggraini, N.P., & Suryoko, S. (2018). *Pengaruh labelisasi halal, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,7, 359–369. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21052>
- Dr.saiful Simanullang, SE,M.,& DR.Sabil,SE,M. (2020). *Manajemen Pelayanan Berbasis Loyalitas Penumpang* (Andrianto (Ed.); Indika). Zahira Media Publisher. https://books.google.com/books/about/manajemen_pelayanan_berbasis_loyalitas
- 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, 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Edwards, C. (1838). on Bloodletting, *With Remarks on the Views of Dr. Marshall Hall*. *The Lancet*, 30(767), 231–232. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(02\)95882-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(02)95882-4)
- Emeralda, M. (2022). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing*.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial* (L. Novita (Ed.); Irfan Fahm). Kencana.
- Hanindharputri,M.A.,&Putra,I.K.A.M. (2019). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand)*. *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain*.
- Hariato, A.O.,& Yucha,N. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Umaha*. *Iqtishadequity Jurnal manajemen*, 4, 40.
- Ii, B. A.B., Teori, L., & Hipotesis, D.A.N. (2016). *Digital Marketing Digital Marketing..*
- Jani, S.,& Weismann,I.T.J. (2021). *Pengaruh Kecanduan Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswi Asrama Di Sekolah Tinggi Filsafat Jaffray Makassar*. 3(1), 158–165.
- Lindawati, S. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Mahardini,S., Singal,V.G.,& Hidayat,M.(2022). *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta*. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187.
- Maylinda,S., & Sari,I.P. (2021). *Optimalisasi Integrated Digital Marketing Dalam Strategi*

Pemasaran Umkm Imago Raw Honey. JABE (Journal of Applied Business and Economic), 7(4), 521. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.9940>

- Moumtaza, F. Z. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia). Skripsi.*
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). *Influencer dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi pada Pengguna Jasa Selebgram sebagai Media Promosi. Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5, 135–144.
- Pradiani, T. (2018). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*,
- Prajogo, J. E. (2021). *Analisa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Online Promotion Dan E-Service Quality Sebagai Variabel Intervening Terhadap Tokopedia. Jurnal Strategi Pemasaran*, 8.
- Puspaningrum, A. (2017). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. media nusa creative.
- Puspitasari, D. A., & Yunani, A. (2022). *YUME: Journal of Management Pengaruh Event Marketing dan Kredibilitas Influencer Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Erigo Store). YUME: Journal of Management*, 5, 208–218. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3453>
- Putri, P. M., & R. A. Marlien. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5, 25–36.
- Razati, G., Aripin, A. N., & Hurriyati, R. (2020). *Peran Influencer Marketing dalam Mempengaruhi Loyalitas Merek. Journal of Business Management Education (JBME)*, 6, 40–46. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/view/33818>
- Riyanto, J., & Muchayatin. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 2809–2406.
- Rumandang, A. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Salmiah, F. (2020). *Online Marketing* (J. Simarmata (Ed.); Alex Rikki). yayasan menulis.
- 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, 15.
- Saragih, L. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran* (Janner Sim). Yayasan Kita Menulis.
- Septyana, V. (2018). *Fenomena Meikarta Sebagai Simbol Modernitas (Studi Semiotika Pemasaran Oswald Dalam Iklan Kota Meikarta). Jurnal Semiotika*, 12, 100–114.

- Shadrina,N.R., & Sulistyanto,Y. (2022). *Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang)*. *Diponegoro Journal of Management*, 11, 111.
- Shalihah, A. A., Juwita, R., & Hetami, A. A. (2022). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Membangun Loyalitas Konsumen pada Kopiria*. *Ilmu Komunikasi*, 2022(3), 27–41.(Analisis Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Kopiria Oleh Anis Alimah Shalihah 1702055049) (06-28-22-10-14-38).pdf
- Tantilofa,J.A., & Widagdo,H. (2023). *Pengaruh influencer marketing dan social media*. 408–414.
- Trimarjono,A., Usman,I., & Astuti,S.W. (2020). *Pengaruh Cause Brand Fit terhadap Loyalitas Merek Melalui Kredibilitas Merek dan Altruistic Attribution*. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(2), 94–99.
- Wijayanto,I., & Iriani,S.S. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 910–918. <https://docplayer.info/33185704-Pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-konsumen.html>

