

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, J. S., Retnaningdiah, D., & Hayati, K. (2022). Optimalisasi Peran Dan Fungsi BUMDes Astaguna Dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Desa Trihanggo. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 7(2), 155–162. <https://doi.org/10.33366/japi.v7i2.3684>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Anita, Northa Idaman, L. (2020). Pengaruh Internal Locus of Control Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 4(4), 1–10. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i4.1021>
- Atik Nurngaeni. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *AmaNu: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 192–202.
- Ayuningtyas, F. N., Ekonomi, F., Swadaya, U., & Jati, G. (2024). *Menjaga Loyalitas di Era Digital : Peran Pemasaran dan Pengalaman Pengguna di Platform E-Commerce*. 5(3), 470–475. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.6142>
- Azahra Khairun Nisa, & Diva Nabila Millati. (2021). Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v1i2.1708>
- Bahri, S. (2022). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Era Bercirikan Vuca. *JURNAL HURRIAH: Jurnal Evaluasi Pendidikan dan Penelitian*, 3(2), 37–51. <https://doi.org/10.56806/jh.v3i2.82>
- Battu, A. S., & Susanto, A. H. (2022). Pengaruh Self Efficacy Dan Locus of Control Terhadap Kinerja Karyawan Magang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(3), 61–77. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i3.255>
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Kamble, S., Gupta, S., & Sivarajah, U. (2023). Adoption of Artificial Intelligence and Cutting - Edge Technologies for Production System Sustainability : A Moderator - Mediation Analysis. *Information Systems Frontiers*, 25(5), 1779–1794. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10317-x>
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, and S. (2021). Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 77–91. <https://doi.org/10.1177/2278533720923486>
- Dare, S. E., van Dijk, W. W., van Dijk, E., van Dillen, L. F., Gallucci, M., & Simonse, O. (2020). The effect of financial education on pupils' financial knowledge and skills: Evidence from a Solomon four-group design. *Journal of Educational Research*, 113(2), 93–107. <https://doi.org/10.1080/00220671.2020.1733453>
- Fitria, N. (2024). Prilaku Konsumen di Era Digital : Prespektif Ekonomi Makro dan Mikro. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 1(1), 32–37.
- IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi(MEA)*, 7(2), 872–882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>
- Irena Dinar Vania Sasikirana, Aulia Safira Dewi, Queena Aurora Khayzuran, Sabrina Puspa Firdausy, & Denny Oktavina Radianto. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 166–177. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>
- Kadek Juliantari, N. (2023). Pembelajaran berdiferensiasi untuk penguatan moderasi beragama dalam MKWK bahasa Indonesia pada PTKH. *Kembara: Jurnal Keimluan bahasa, sastra, dan pengajarannya*, 9(1), 189–203. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara>

- Kholis, N. (2021). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing , Desain Produk Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Batik Bakaran Pati. *Seminar Nasional Keindonesiaan (FPIPSKR)*, November, 371–378.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement. In *Pearson Edition Limited*.
- Liesay, A. M., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Instan Indomie Di Jakarta Utara. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis.*, 8(4), 4540–4547.
- Maharani, S. H., & Effendi, T. (2023). Peran Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Minat Beli dan Loyalitas Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin). *BIMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 1–9.
- Meidianti, A. R., & Nugrahani, R. U. (2022). Pengaruh Product Placement Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap Respon Khalayak. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 7(2), 196–218. <https://doi.org/10.36914/jikb.v7i2.726>
- Moercahyono, F. F., & Pasaribu, Y. M. (2023). Dampak Kebijakan Impor Kendaraan Terhadap Trend Desain Skuter Matik di Indonesia. *Jurnal Desain Indonesia*, 05, 30–57. <https://jurnal-desain-indonesia.com/index.php/jdi/article/view/326/64>
- Mubarak, Sari, Wibowo, M. (2025). Comparative Study of Artificial Intelligence (AI) Utilization in Digital Marketing Strategies Between Developed and Developing Countries: A Systematic Literature Review. *Ilomata International Journal of Management*, 6(1), 156–173. <https://doi.org/10.61194/ijim.v6i1.1534>
- Munaeni, W., Abdullah, N., Haji, S. A., & Syafari, M. R. (2024). Peningkatan Keterampilan Wirausaha Santri Di Pondok Pesantren Hidayatullah Melalui Budidaya Ikan Nila Sistem Bioflok. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 5(1), 27–35.
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>
- Pranasakya Ananda Gilang Umbara, & Rinawati, R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Brand Fashion Melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1), 455–463. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.6612>
- Rahma, R. S., Ramdan, A., Aditiya, R., Ramdan, G., & Maulana, A. (2024). Peran Strategi Pemasaran Digital UMKM Banten terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Case Apex Banten). 4(5), 376–383. <https://doi.org/10.59395/altifani.v4i5.581>
- Ramdaniah, S., Mintarti, S., & Nadir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Jamaah Umroh PT. Arrehlah Wisata Samarinda). *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(1), 115–121.
- Regita Patricia Agustina, M.Celvin Febrian Syafei, Sunandie Eko Ginanjar, & Siti Aninditya. (2024). Kepercayaan Kepuasan Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Barang Di Aplikasi Online Shop. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 261–272. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v2i1.351>
- Rizqi, M. A., & Himawan, F. I. (2022). Transformasi Digital dan Peningkatan Kapasitas UKM di Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan Muhammadiyah. *Journal of Community Service*, 4(1), 14–27.
- Rohimah, I., & Kustian, N. (2021). Sistem Informasi Pengelolaan Keluhan Pelanggan pada Toko Kain Flanel Jakarta Timur. *Jurnal Riset dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 2(03), 536–543. <https://doi.org/10.30998/jrami.v2i03.1220>

- Rudianto, Z. R. V. (2023). Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada UMKMDi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(2), 449–456.
- 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.
- Sharma, M., Luthra, S., Joshi, S., & Kumar, A. (2022). Implementing challenges of artificial intelligence: Evidence from public manufacturing sector of an emerging economy. *Government Information Quarterly*, 39(4), 101624.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & ... (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 7524–7532.
- Surjono, W., Buana, U. S., History, A., Data, B., & Retention, C. (2024). *Strategi Manajemen Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Perusahaan Start-up Teknologi di Indonesia*. 6(1), 18–29.
- Susiang, M. I. N., Suryaningrum, D. A., Masliardi, A., Setiawan, E., & Abdillah, F. (2023). Enhancing customer experience through effective marketing strategies: The context of online shopping. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 437–447. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5235>
- Sutaguna, I. N. T., & Ariani, N. M. (2017). Strategi Meningkatkan Penjualan Makanan Menu Ala Carte Pada Restoran Warung Bali Di Desa Wisata Sangeh Badung. In *Udayana tourism callforpaper & seminar*.
- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 1(2), 115–136.
- Wibowo, I. S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Online. *Jikumerabit: Jurnal Inovasi, Kewirausahaan, Manajemen Ritel dan Bisnis Digital di Era Reformasi*, 1(1), 13–18.