

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A.M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1, (1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Bentler, P.M. & Chou, C. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods and Research*, 16, (1), 78–117.
- Kadarisman, H., & Ariyani, N. (2018). Hubungan e-Word of Mouth dan Citra Merk dengan Minat Membeli pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Management & Accounting Expose*, 1, (2), 1–11.
- Fandy Tjiptono., 2000. Manajemen jasa, Edisi Pertama. Andi offset, Yogyakarta.
- Fitriana, A. (2019). Pengaruh E-Marketing dan E-CRM terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Creative Information Technology Journal*, 4, (4), 306. <https://doi.org/10.24076/citec.2017v4i4.124>
- Kana, Any Agus, (2001), Mass Customization Sebuah Alternatif untuk meningkatkan kepuasan Pelanggan, Jurnal kompak, STIE YO, Yogyakarta.
- Kandampully, Jay., and Dwi Suhartanto.2000. Customer Loyalty in The Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12 (6): 34635
- Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34, (1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi.(2021) Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen PosKopi ZIO Jombang.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemenn Pemasaran, Jakarta : Penerbit Erlangga, edisi 13. Jilid 2
- Kotler, P & Keller, K. (2012). *Managemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Laksana, D. & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan Intellectualcapital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri. *Jurnal*

Pemasaran, 12, (1), 10–24. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10-24>

- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika '45*, 5, (1). 38-54.
- Iman Mulyana Dwi Suwandi. 2010. Citra Perusahaan. Seri Manajemen Pemasaran. Andreassen, Wallin & Lindestad. 1997. The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty for Customer with Varying Degrees of Service Expertise. *The International Journal of Service Industry Management*
- Isnaini, N.L., & Fauziyyah, S.(2017). Peran Digital Marketing Terhadap Brand Equity Produk Pariwisata. *Snaper-Ebis*, 406–410.
- Prabowo, W.A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12, (2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10-24>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* (2018) 11(2) 46-53. DOI: [10.32812/jibeka.v11i2.45](https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45)
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1, (1), 1–17. DOI: [10.21009/JPMM.001.1.01](https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01)
- Rewah, J.M. (2018). Pengaruh Promosi Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Pengusaha Muda Universitas Klabat The Influence of Information Technology-Based Promotion on Young Entrepreneurs of Klabat University. *Cogito Smart Journal*, 4, (1), 24–36.
- Ridho, M.R. (2013) Pengaruh E-Marketing Terhadap Citra Merek Nay@ Dam Pada Pt Kreasi Putra Serayu. *CBIS (Computer Based Information System Journal)*, 1, 1)57–76.
- Sofiati, N.A., & Limakrisna, N. (2017). Holistic marketing implementation to increase company trust and image on state banking industries (a customer survey on customers of state banks in West Java province). *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15, (6), 117– 130.

- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi.
- Wardhana, A. (2015). *strategi digital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing*. Jakarta: Erlangga.
- Ni Putu Mira Dwi Astuti, I Komang Mahayana Putra, Kasiani, Cokro Gede Putra
Yazid (2001) *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Cetakan II Yogyakarta :
Ekonisia FE UII
- Yudistira dan I Made Widiantera. 2020. *Implikasi penerapan Customer Relationship Marketing dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Konsumen Pada PT. Garuda Angkasa Joumpa Denpasar*. *Jurnal Umnas Mataram*, No.1, Vol. 14, 506-514.