

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Maisaroh, A., Hidayatullah, R., & Bahrurizqi, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik. *Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika (Teknik)*, 1(2), 74–82. <https://doi.org/10.51903/Teknik.V1i2.67>
- Ahmadani, A. A., & Claretta, D. (2024). Perilaku Trash-Talking Sebagai Komunikasi Pada Komunitas Game Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Indo Cracked Club). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3559–3566. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V7i4.3888>
- Alistasari, N., & Fadilah, A. (2023). Peran Gronjong Wariti Dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat Desa Mejono: Sebuah Tinjauan Kualitatif. *Journal Of Economics, Law, And Humanities*, 2(2), 133–150. <https://doi.org/10.21154/Jelhum.V2i2.2522>
- Arifin, Z., S. E. D., & Rino Sardanto. (2020). Restrukturisasi Ekonomi Dan Bisnis Di Era Covid 19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 419.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/Vis.V6i1.4085>
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/Jab.9.1.2019.23710.128-136>
- Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.840>
- Forijati, R., Sugiono, S., Anas, M., Muchson, M., Subagyo, S., & Winarsih, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Ibu Rumah Tangga Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Pojok Kota Kediri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 573–580. <https://doi.org/10.29407/Ja.V6i3.17040>
- Urva, Pratiwi, M., & Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/Abdine.V2i1.301>
- Hafizh, M. F., Hani, R. D., Farida, I., & Prawira, A. (2024). *Strategi Transformasi Digital Di Era Industri 4.0: Blueprint Bisnis, Penerapan Teknologi, Dan Peran Kritis Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Food And Beverage (F&B)*. 23(1), 1–8. <https://doi.org/10.32722/Eb.V23i1.6383>
- Halim, M., Matius Wijaya, G., Pertiwi, S., Sandi, H., & Hidayaty, D. E. (2023). Penerapan Metode Digital Marketing Pada Mixue Rengasdengklok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.8024620>

- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344. <https://doi.org/10.30998/Semnasristek.V6i1.5697>
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/Jppm.V3i1.3033>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i8.699>
- Rachmadewi, Firdaus, Qurtubi, Q., Sutrisno, & Basumerda. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 121–128. <https://doi.org/10.30656/Intech.V7i2.3968>
- Layali, A., Darmuki, A., & Setiyono, J. (2021). Analisis Nilai Moral Dalam Novel Ibu, Sedang Apa? Karya Edi AH Iyubenu Dan Hubungannya Dengan Pembelajaran Di SMA. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(3), 705–712. <https://doi.org/10.31949/Educatio.V7i3.1204>
- Maliha, D. W., Sari, M. N., Kahar, A., Septrizarty, R., & Asrilsyak, S. (2023). Kajian Literatur: Fenomena Viral Brand Dan Dampak Pada Pembelian Mixue. *Journal On Education*, 06(01), 7334–7339. <https://doi.org/10.31004/Joe.V6i1.3996>
- Maria Guadalupe Kristi Wungu1, L. N. H. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt Sido Muncul Maria Guadalupe Kristi Wungu 1 , Lukman Nul Hakim 2 Program Studi Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Administrasi , Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen Stiami , Jakarta © 2020 *Jurnal Administrasi Bisnis & Administrasi Bisnis*, 2(6), 792–799. <https://doi.org/10.31334/Jambis.V2i6.2794>
- Melandi, I. K., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Pada Travelxism Menggunakan Digital Marketing Canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1107–1122. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3138>
- Mubarokah, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Osingdeles). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 98–104. <https://doi.org/10.19184/Jpe.V16i1.24614>
- Muhajir, A., Sinaga, H. D. E., Utami, E. Y., Karo-Karo, A. P., & Triadi, D. (2024). Pengaruh Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis Terhadap Penerimaan Pasar Pada Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 103–114. <https://doi.org/10.58812/Smb.V2i02.368>
- Muslih, B. (2020). Urgensi Komunikasi Dalam Menumbuhkan Motivasi Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan : Penataran*, 5(1), 57–65.
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Analisis Pengaruh E-

- Service Quality, E-Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Artee Collection Nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 1(Vol. 1 (2022): Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis), 214–222. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1820>
- Nurdi, P. B. R., Laikuallo, S., & Meiliska, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berorganisasi. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(2), 122–131. <https://doi.org/10.47354/mjo.v2i2.246>
- Patandianan, J. (2024). Strategi Manajemen Pengelolaan Peluang Bisnis F & B Sebagai Upaya Mengatasi Permasalahan Ekonomi Keluarga Dengan Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(2), 199–216. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i2.1710>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Pranawa, A., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian I Putu Lugra Agusta Pranawa (1) Agus Putu Abiyasa (2). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58–74. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Purnomo, H., Samari, Soejoko, D. K. H., & Khusna Fatimatus Syahroq. (2021). *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second*. 18(1), 137–150. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v18i1.14311>
- Rauf, A. (2022). *Analisis Digital Marketing Dan Atribut Produk Analysis Of Digital Marketing And Product Attributes*. 1(1), 39–51. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6601>
- Rino Sardanto, Restin Meilina, B. M. (N.D.). *Membangun Persepsi Publik Melalui City Branding*.
- Rosmiati, D. E., Yanuar, I. E. S., & Ambarita, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Ice Cream & Tea Cilangkap. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(2), 152–156. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3313>
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Samsudin, A., Nugroho, R. H., Fitri A., I. P., Putri A., A., Awaliah, A. N., Oktavia, N., & Nugroho, T. B. A. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mcdonald's. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 1155–1162. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2642>
- Sirodjudin, M., & Sudarmiati, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan ...*, 2(2), 20–35. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i2.783>

- Sucipto, K. R. R., & Yahya, A. F. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Subway Indonesia Melalui Reels Instagram @Subway.Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 68–78. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i1.4456>
- Suryantoro, B., & Kusdyana, Y. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(2), 223–229. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v3i2.42>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Wijayanti, P. S., Warniasih, K., Yuwono, A. A., & Herawati, T. R. (2023). Pemberdayaan Kelompok Pelaku Usaha Handycraft Di Desa Bibis Kasihan Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(3), 719–727. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i3.20126>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4.957>
- Wulandari, W. R. (2021). Analisis Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 1576–1582.