

## DAFTAR REFERENSI

- Abdul Wahab, Solichin (2008). *Analisis Kebijakan dari formulasi ke implementasi kebijaksanaan negara*. Jakarta : Bumi Aksara
- Aji. R. (2016). Digitalisasi, Era Tantangan Media: Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital. *Islamic Communication Journal*. Vol.01, No 01. Editor Online Tribun Jateng
- Ali, Lukman. (2007). *Kamus Istilah Sastra*, Jakarta, Balai Pustaka
- Andi dan MADCOMS, *Gaul Berteman Lewat Facebook*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2009), h. 1
- Angipora, Marius. (2013). *Dasar – dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Aryanto, V. D., & Wismantoro, Y. (2020). *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Badudu & Zain, Sutan Mohammad. (2010). *Efektifitas Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Baldauf, A., David W. Cravens and Nigel F. Piercy. (2011). “Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedent of Sales Organization Effectiveness”. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. Volume XXI. Number 2. Spring. p. 109-122
- Barker, Chris (2011). *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (6th ed.). Pearson
- Challagalla, Goutam N; Shervani, Tassaduq A., (2016), “Dimensions And Types of Supervisory Control: Effects on Salesperson Performance and Satisfaction”, *Journal of Marketing*, pg. 89
- Dewi, S, Bahtiar, M, Adamu, A.A, Kennia, A.P. (2020). Managing Digital Marketing Communication of Coffee Shop Using Instagram. *Jurnal Manajemen*. Diambil dari: <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i05.13351>
- Fadhilah, D.A, Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. Vol. 12 No. 1. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Diambil dari: [journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/279/151](http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/279/151)
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Febriyantoro, M.T, Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Vol 11 No. 2. *Jurnal Manajemen*. Diambil dari: <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/175/128>
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilang. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. Vol 10. No. 1. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Diambil dari: <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Hariyanti, N dan Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Diambil dari: <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172/156>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Kuningan. Hidayatul Quran Kuningan
- Iryna, N, Iryna, C, Maryna, C, Hanna, S.M, Liubov, T. (2021). Digital Marketing in the System of Promotion of Organic Products. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Diambil dari: <https://wseas.com/journals/bae/2021/b085107-1289.pdf>
- Kartikasari, N. (2017) *VIRAL: Gebrakan Kekinian Public Relations Di Era Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Khotim, F, Nia, D.P. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Diambil dari: <https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.684>
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip – prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Musnaini, Wijoyo, H. Indrawan, I., Syahtriatna. (2020). *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)*. Pena Persada.
- Neti, Sisira. (2011) “Social Medi And its Role In Mareting”. *Internal Journal of Enterprise Computing and Business System*, vol. 1: 2
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *Profesi Humas*, 3(1), 1–20. Diambil dari: <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878/8587>
- Pranawa, I.P.L.A, Abiyasa, A.P (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Diambil dari: <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/11272>
- Rahadi, D.R, Zanical (2017). Sosial Media Marketing Dalam Mewujudkan E-Marketing. Diambil dari: <https://seminar.ilkom.unsri.ac.id/index.php/kntia/article/view/1179>

- Ramadhanty, C.A, Nadya, D.R, Yosintha, R. Mustaqimah, Z. (2021). Strategi Digital Marketing UKM Terdampak Covid-19 di Kelurahan Sidorejo Temanggung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Diambil dari: <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/abdipraja/article/view/3626/1817>
- Rodin, R. (2017). *Teknologi Informasi dan Fungsi Kepustakawanan*. Yogyakarta: Calpulis.
- Setiawan, Wawan (2017) Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- T. Dearlove, A. Begley, J. Scott, Gemma, D.C. (2021). Digital Marketing of Commercial Complementary Foods in Australia: An Analysis of Brand Messagings
- Tiar, L.S, Indah, K, Sherliana, H. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee. Vol. 18 No. 2. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Diambil dari: <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2>
- W.J.S. Poewadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal. 664
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal Riset Ekonomi*. Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20935>
- Wati, A.P, Martha,J.A, Indrawati,A (2020). *Digital Marketing*. Malang: PT. Literindo Berkah Karya