

DAFTAR PUSTAKA

- Aprigal, A., Lisbeth, M., & Rotinsulu, J. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Uapaya Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Tabungan Pada Pt. Prudential Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 4349-4357.
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Desie, W., Suyanto, & Sukei. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Di Masa Pandemi. *E-Jurnal Manajemen*, 117-136.
- Dhea, N., & Syafina, R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 213-223.
- Diana, F., & Mohammad, S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Konsumsi Pemasaran Digital Yang Di Lakukan Oleh Dino Donust. *Manajemen Komunikasi*, 18-33.
- Dihin, S. (2016). Pengaruh Variabel Dalam Penelitian. *Esa Unggul*, 8. Diambil Kembali Dari Pascasarjana.Esaunggul.
- Dikdik, H., & Iqbal, A. (2021). *Experiental Marketing & .* Cirebon: Insania Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati Anggota IKAPI.
- Eddy, S. (2020). Strategi Usaha Kecil Menghadapi Digitalisasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 142-151.
- Fauzi, B., & Q, M. (2021). Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Kepuasan. *Journal Of Management Review*, 621-631.
- Fikri, M. K., & Almas Filzah, M. F. (Vol 2 No. 1 (Maret 2022)). Pengaruh Kreatif, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Jimek*, 118-139.
- Guntur, A., & Djasuro, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 198-214.
- Hair, J. B. (2014). *Multivater Data Analysis. 7th Edition, Pearson Education, Upper Saddle River*. Pearson Education.

- Hapsari, B. C., & Santuti, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interveningi. *Diponegoro Journal of Management*, 11.
- Haque, M. G. (Volume 21, Nomor 1, April 2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli.....*, 31-38.
- Hardiana, C. D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 71-88.
- Heller, D. T. (2002). *The Confounding Role Of Personality And Trait Affectivity In The Relationship Between Job And Live Satisfacation. Journal Of Organization Behavior*, 23 (7), 815-835.
- Janati, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kurma. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8.
- Jasri, & Nadia Arfan, H. A. (Vol. 6, No.2 (2022) December 2022, Pp. 212-224). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, 212-224.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Cv. Andi.
- Kotler, P. (2018). *Principles Of Marketing : Global Edition*. United Kingdom: Pearsen.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Strategi Pemasaran*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Kevin, L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Limakrisna, H., & Purba, P. (Jakarta). *Managemen Pemasaran*. 2017: Mitra Wacana Media.
- Muhamad, F., & Adhizni, Q. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Analutics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 34-42.
- Nandan, L., & Parulian, P. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Novi, T., & Alexander, W. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 133-146.
- Nurhayati, & W. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk *Handphone*. *Jurnal Value Added*, 2.
- Nurul, L. (Vol. 4 No. 4 (2022)). Saluran Distribusi Dan Daya Beli Masyarakat Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 246-255.
- Pemasaran. (2000). Jakarta: Tsalemba Empat.
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10.
- Puspita, D. A., & Astuti, S. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Pelanggan, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Elektronik TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen Tokopedia di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12.
- Prayogi, P., & Malik, A. J. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Es Krim Baskin Robbins. *Smart Management Journal*, 3(1), 42-55.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 62-70.
- Simanjuntak, D. C., & Vicdy Anche Salimi, V. L. (DOI: <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P20>). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 7, 2020 : 2872-2894, 2872-2894.
- Singgih, S. (2012). *Aplikasi SPSS Pada Statistik Non Parametrik*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. ((2016:2)). "*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*". Yogyakarta: Ejournal.Borobudur.Ac.Id.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suyono, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service.

- Synthia, S. (Vol. 6 , No. 2, Desember 2022, Pp.). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha. *Jurnal Lugas*, 65-72.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyu, N. &. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Jurnal Value Added*, Vol. 8 (2).
- Wanda, I., & Nur, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA, Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 38-51.
- Wardana. (2018). *Strategipemasaran*. Deepublist.
- Wold, H. D. (1985). Kuadrat Terkecil Parcial. *Ensiklopedia Ilmu Statistik*, 581-591.