

**DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad, R. W., & Yulianah. (2022). *Metodelogi Penelitian Sosial* (P. Tri Cahyono (ed.)). CV. REY MEDIA GRAFIKA.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran* (Yusup (ed.)). CV. LD Media.
- 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>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. Media Pustaka Indo.
- Cahyaningtyas, R., Wijaksana, T. I., & Telkom, U. (2021). *Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista*. 8(5), 6488–6498.
- Chaniago, H., & Khare. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk ,*

*dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ijabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan. February.*

Delicia, C., & Paramita, S. (2022). Konten Tiktok untuk Meningkatkan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic dan Agate Deluxe). *Koneksi*, 6(1), 218. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15768>

Dharmawan, C., Wardhana, A., & Telkom, U. (2021). *Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian zanana chips the effect of brand image and brand trust on the purchase decision of zanana chips*. 8(6), 8568–8584.

Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg>.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai

Dwita, M. (2022). Pengaruh Customer Relationship Marketing Dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital(JAMED)*, 2(3), 64–79.

Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Tinting, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., Ernawati, S., Umar, M., Ismunandar, Egim, A. S., Nurendah, Y., Mariyah, Purwanti, T., & Dewanthi, D. sukma. (2022). *STRATEGI PEMASARAN* (D. E. Putri & E. purnama Sari (eds.)). Global Eksekutif Teknologi.

Elfrianto, & Lesmana, G. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan* (B. N. Tanjung

(ed.)). UMSU PRESS.

Fadjarajani, S., Rosali, E. S., Patimah, S., Liriwati, F. yustiasari, Nasrullah, Sriekaningsih, A., Daengs, A., Pinem, R. jumpakita, Harini, H., Sudirman, A., Ramlan, Falimu, Safriadi, Nurdiyani, N., Lamangida, T., Butarbutar, M., Wati, N. M. N., Rahmat, A., Citriadin, Y., ... Nugraha, M. safandy. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Multidisipliner*. ideas publishing.

Farizal, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.611>

Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(September), 1–12.

Graciela Margarith Kewas, L., & Rogi. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Dan Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Wisatawan China Pada Best Western Lagoon Hotel Manado. *Emba*, 8(4), 100–109.

H, M. A., & Yanti, R. D. (2020). *PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KILAT KHUSUS MITRA KORPORAT KANTOR POS PURWOKERTO*. 5.

Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2831>

- Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial* (R. R. Rerung (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Duta Media Publishing.
- Hayati, R., & Achmadi, N. S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Kamar Di Amaris Hotel Diponegoro Yogyakarta. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 1(2).  
<https://doi.org/10.30813/fame.v1i2.1421>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayani, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)* (Hartini (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Hikam, A., Arifin, R., & Abs, K. (2022). *Prodi manajemen*. 82–94.
- Jufrizen. (2021). *Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan Dengan Etika Kerja Sebagai Variavel Moderating*. UMSU PRESS.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>

- Mariana. (2022). *Informasi Akuntansi dan Keputusan Kredit*. Bintang Semesta Media.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Budi Utama.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Oetama, S. (2022). *Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Dalam Bersaing*. Azka Pustaka.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pangestu, Q. D., & Tranggono, D. (2022). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Brand Image Disney+Hotstar Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Signal*, 10(1), 124. <https://doi.org/10.33603/signal.v10i01.7005>

- Pangkey, R., Wantah, E., Sumual, T., & ... (2022). Analisis Masalah dan Kebutuhan Pengembangan Konten Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Untuk Pemasaran Produk Keramik. *YUME: Journal of ...*, 5(3), 567–572. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.348>
- Pelealu, M. J., Kindangen, P., & Tielung, M. V. J. (2022). the Influence of Content Marketing and Social Media Marketing Toward Online Shop Customer Loyalty At Tokopedia Customer in Sam Ratulangi University Pengaruh Pemasaran Konten Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Daring Pada Konsumen. *Jurnal EMBA*, 10(2), 328–336.
- Perdana, R. N., Jhon Rinaldo, & Yulistia. (2021). 439-Article Text-1612-1-10-20211221. 3(4), 814–824.
- Prasetia, I. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. UMSU PRESS.
- Purwandari, S., Purnomo, S., Purboyo, Adha, W. M., Hanika, I. M., Savitri, C., Putra, A. R., Wardhana, A., Kusuma, C. S. D., Sudirman, A., Herawati, A., Nugroho, H., Rahmi, S., Esti, E. A. J., Tingga, C. P., Keke, Y., & Purnamasari, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)* (Hartini (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Putra, A. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Smartphone Lenovo di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 05(2), 252–260. <https://eprints.uny.ac.id/59717/>

- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rakib, M., Baharuddin, S. M., Hastutik, S., Sumarsih, Djampagau, H. R. D., Marhawati, Augustinah, F., Saragih, R., Purba, L. R. S., Keke, Y., Kusuma, C. S. D., Rizki, J., Hilal, N., & Rofiq, M. A. (2022). *Strategi Pemasaran Bisnis*. Media Sains Indonesia.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto (eds.)). INSANIA.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). SAH MEDIA.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image terhadap Purchase Intention

- (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 169–184.  
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2328>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, M., Siswati, T., Suparto, A. A., Jonata, Ambarsari, I. F., Azizah, N., Safitri, W., Hasanah, N., Agusti, Gravitiani, E., & Andalia, N. (2022). *Metode Penelitian*. Global Eksekutif Teknologi.
- Sawhani, D. Kelly. (2021). *Digital Marketing: Brand image* (Lutfiah (ed.)). Scopindo Media Pustaka.
- Sherly, Riesso, A. S., Hendrayani, E., Febrianty, Bagenda, C., Satria, F., Putri, S. A., Pratiwi, R., Wardhani, W. N. R., Lie, D., Widati, E., Mustafa, F., Arnida, Sefudin, A., Faradilla, C., & Abdurrohman. (2022). *Manajemen Merek*. Media Sains Indonesia.
- Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sufyati, Muktiyanto, A., & Mardillasari, R. (2021). *Indikator Keuangan & Non*



*Keuangan Kinerja Bank Syariah di Indonesia* (F. A. Pratama (ed.)).

INSANIA.

Sugiharti, L., Farihah, E., Hartadinata, O. S., & Ajija, S. R. (2021). *Statistik Multivariat Untuk Ekonomi dan Bisnis Menggunakan Software SPSS*. Airlangga University Press.

Suwitho. (2022). *Pengusaha yang sukses pasti menjaga kepuasan pelanggannya: Sebuah monograf dari sudut pandang manajemen pemasaran*. CV. Pena Persada.

Tohardi, A. (2019). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. UNTAN PRESS.

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

Wardhana, A., Budiastuti, E., Gultom, N. B., Sudirman, A., Julyanthry, Saputra, G. G., Rizkia, N. D., Sari, A. R., Fardiansyah, H., Savitri, C., & Amruddin. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)* (Hartini (ed.)). Media Sains Indonesia.

Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran edisi 1*. Semarang Press.

Wiwaha, D. P., & Whydiantoro. (2019). *Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap*

Penerapan Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place) di Pabrik Kecap Majalengka (Studi Kasus : Pabrik Kecap Ban Bersayap). *Seiminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1–10. [jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek](http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek)

**Website:**

[www.goodnewsfromindonesia.id](http://www.goodnewsfromindonesia.id) (diakses pada November 2022)

<https://dataindonesia.id> (diakses pada November 2022)

[www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id) (diakses pada Desember 2022)

[www.Instagram.com](http://www.Instagram.com) (diakses Desember 2022)

[www.compas.com](http://www.compas.com) (diakses pada Januari 2022)

