

DAFTAR PUSTAKA

- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. 2021. Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37.
- Ambler, T. (2000). Marketing Performance Measurement: History and Key Concepts. *Journal of Marketing Management*, 5–12.
- Anindhita Yuniar Wijaya, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Batik (Studi Kasus Pada UD. Batik Tie Poek Trenggalek). (Tulungagung:repo.uinsatu, 2022)
- Annisa Fitah dan Eri Besra, Pengaruh Website Quality dan Website Brand Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen).
- APJII. (2023). “Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang” dikases 20 Juli 2025 dalam <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Survei%20APJII%20Pengguna%20Internet%20di,yang%20sebesar%20275.773.901%20jiwa>.
- Ardani, A., & Hidayat, R. (2019). Evaluasi Pemasaran Digital UMKM: Studi Kasus di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 45–53.
- Ardani, W. (2022). Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian dalam Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Az-Zahra, Penny and Arti Sukmalengkawati, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 3 (2022): 2008–2018.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Fauziyyah, F., & Raharso, S. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Agilitas Organisasi (Study Pada Fashion X). *Jurnal Bisnis dan Investasi*, 4(June).

- Fishkin, R., & Høgenhaven, T. (2013). *Inbound Marketing and SEO: Insights from the Moz Blog*. New Jersey: Wiley.
- Hidayat, M. T. (2022). Pola Komunikasi Digital Perusahaan Nasional Dan Multinasional Selama Pandemi Covid-19. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 6(2), 231.
- Hidayat, R. (2016). Optimalisasi Penyampaian Pesan Pimpinan pada Kinerja Karyawan CV. Dee Prima Management. *Skripsi*, 1–23.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Lukitaningsih, Ambar. “Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasi Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta,” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (2014): 16–29.
- Pramono, Joko. “Teori Manajemen Pemasaran Kotler Keunggulan Dan Kelemahannya,” *PARADIGMA-Jurnal Ilmu Pengetahuan Agama Dan Budaya*, 2015, dalam <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents?select=title&q=stp+pemasaran+kotler&pub=>.
- Putri, N. (2020). *Strategi Pemasaran Digital Properti di Surabaya*. Surabaya: Universitas Surabaya Press.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management*. Harlow: Pearson.
- Rouse, M. (2011). Pemasaran Media Sosial. Borneo Novelty Publishing. Retrieved from <http://whatis.techtarget.com/definition/social-media-marketing-SMM>
- Rowley, J. (2008). *Digital Content Marketing: A Practical Approach*. London: Routledge.
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Smith, P. (2011). *SOSTAC® Guide to Your Perfect Digital Marketing Plan*. London: PR Smith.
- Studi Eksplorasi, Pengalaman Pekerja, & Generasi Z Terkait. (2021). Studi Eksplorasi Pengalaman Pekerja Generasi Z Terkait PHK Massal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 11(1), 271–292.

- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tamamudin, “Merefleksikan Teori Pemasaran Ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah,” *Jurnal Hukum Islam* 12 (2016): 273–285.
- Wijaya, D. D. R. (2023). Strategi Pemasaran Berbasis Segmentasi: Menentukan, Menganalisis, dan Meramalkan Pasar Sasaran untuk Peningkatan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 2.
- Yulia Amanda, S., Surus, M., & Alimbel, F. (2024). Strategi Digital Marketing terhadap Minat Investasi Generasi Z pada Investasi Emas Digital Bank Syariah Indonesia dengan Brand Image sebagai Mediasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(2).
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.