

## DAFTAR REFERENSI

- Abdulghani, T & Gozali, M. M. H. (2019). Sistem Konsultasi dan Bimbingan Online Berbasis Web Menggunakan Webrtc (Studi Kasus : Fakultas Teknik Universitas Suryakencana). *Media Jurnal Informatika*. Volume. 11. Nomor. 2. Hal. 43 : 49. <https://doi.org/10.35194/mji.v11i2.1037>
- Bayu, D. J. (2021). Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Capai 4,2 Miliar. Diakses pada 19 Mei 2022. Dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar>
- Dipo.co.id. (2022). Sejarah PT. Mitsubishi Dipo Internasional Pahala Otomotif. Diakses pada 30 Mei 2022. Dari <https://www.dipo.co.id/about-us>
- Fadilah, Nur (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah. *Jurnal Salimiya*. Vol. 1, Nomor. 2. Hal 195 : 211. <http://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/ahttp://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/168/148rticle/view/168/148>. Di akses pada Senin, 23 Mei 2022.
- Fahmi, I. (2016). Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia. In Mitra Wacana Media.
- Fandy Tjiptono. 2017. Strategi Pemasaran. Edisi 4. ANDI
- Hamid, A & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *Jurnal Balanca*, Volume 1 Nomor. 1. Hal 16 : 38. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>.
- Istianah & Marliani, G. (2018). Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Pada PT. Delta Abadi Sentosa ( Studi Kasus Pada Dealer Suzuki Delta Martapura ). *Jurnal Scientific: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Volume 1 Nomor. 3. Hal 23 : 36.
- Kaluku, F, Mandey. S. L, dan Soepeno. D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah

Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. Volume 6. No.2. Hal. 888 : 897.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.19873>

Kannan, P. K. & Li, H. (2017). Digital marketing : A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*. Volume. 34. Nomor. 1. Hal 22 : 45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>

Kho Budi. (2020). Pengertian Promosi dan Bauran Promosi dalam Pemasaran. Diakses pada 26 Mei 2022. Dari <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-promosi-bauran-promosi-dalam-pemasaran/>

Khoiriyah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada Masyarakat Wadungasri Sidoarjo). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 10. Nomor. 3. Hal. 2 : 17

Kotler, P., Dan G. Amstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Sepuluh Jilid I. PT Indeks: Jakarta.

Lucyantoro, B. & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika'* 45. Volume. 5. Nomor. 1. Hal. 38 : 54.

Mahdi, M. I (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Diakses pada 19 Mei 2022. Dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Mavilinda, H. F, dkk. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*. Volume. 2. Nomor. 1. Hal. 17 : 28, DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>

Nurcahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *RELEVANCE : Journal of Management and Business*. Volume. 1. Nomor. 1. Hal. 15 : 34. <https://doi.org/10.22515/relevance.v1i1.1270>

- Nurpratama, M & Anwar, S. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi*. Volume. 6. Nomor. 2. Hal. 87 : 102. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Ronaldo, P. P. (2022, Juli 19 ). Penerapan Digital Marketing Sebagai Media Promosi Pada PT. Mitsubishi Dipo Internasional Pahala Otomotif Cabang Padang. (Habibil Dinil H, Interviewer). Wawancara langsung. Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia
- Ronaldo, P. P. (2022, Mei 18 ). Penerapan Digital Marketing Sebagai Media Promosi Pada PT. Mitsubishi Dipo Internasional Pahala Otomotif Cabang Padang. (Habibil Dinil H, Interviewer). Wawancara langsung. Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia
- Saripah, E & Waluyo. A. D. (2019). Bauran Pemasaran Pada Transportasi Ojek Online (Go-Jek Dan Grab) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Stie Dewantara. *Jurismata*. Volume 1. Nomor. 2. Hal. 194 – 204. Diakses dari <http://ejournal.dewantara.ac.id/index.php/JURISMATA/article/view/124/79>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. ANDI
- Sulaksono, J & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*. Volume. 4. Nomor. 1. Hal 41 : 48. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Tjiptono, F & Candra, G. 2016. *Service, Quality, Dan Satisfaction*, Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Widokarti, J,R & Priansa, D,J (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung. CV Pustaka Setia

