

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, T. R., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Metode Pemasaran Online pada Instagram & Whatsapp dan Offline pada Door To Door dan Event terhadap Keputusan Pembelian Transvision Bandung Tahun 2020. *e-Proceeding of Applied Science*, 6(2).
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner AMSIR*, 13–15.
- Artawan, B. (2022). *Pengertian, Jenis, Manfaat dan Cara Kerja SEO (Search Engine Optimization)*. UNDIKSHA. <https://upttik.undiksha.ac.id/pengertian-jenis-manfaat-dan-cara-kerja-seo-search-engine-optimization/>
- Athallah, M. A., & Kraugusteeliana, K. (2022). Analisis Kualitas Website Telkomsel Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis. *CogITo Smart Journal*, 8(1). <https://doi.org/10.31154/cogito.v8i1.374.171-182>
- Fauzi, R., & Wibowo, S. (2020). Analisis Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Konsumen Lazada Di Kota Bandung Tahun 2020). *ISSN : 2442-5826 e-Proceeding of Applied Science*, 6(2).
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1).
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). DAMPAK DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LINA MS GLOW KOTA BENGKULU. *Creative Research Management Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3096>
- Simon Kemp. (2024, Februari 21). *DIGITAL 2024:INDONESIA*. DataPortal.com (Diakses 17 Juni 2024). <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia/>
- Sudirman, A., Agung, S., Wardhana, A., & Hartini, H. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN (ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0)*. <https://www.researchgate.net/publication/359467184>
- Sukri, S., & Zulfikar, Z. (2021). Mendapatkan Peringkat Terbaik Website Pada Search Engine Dengan Metode Search Engine Optimization (SEO). *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 4(3). <https://doi.org/10.32672/jnkti.v4i3.2973>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.