

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham. (2020). Impact of Digital Media on Society. Yogyakarta Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), 2742 – 2748.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa (12th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Asyhar, R. (2011). Kreatif mengembangkan Media Pembelajaran. Yogyakarta : Ganung Persada Press.
- Barliana, M. S., & Cahyani, D. (2014). Arsitektur, urbanitas, dan pendidikan budaya berkota. Yogyakarta: Deepublish.
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK. Padaringan: Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi Volume 1 Nomor 1, 565-572.
- Dewi, R. L. (2022). TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG PEROLEHAN KOMISI LIVE STREAMING TIK TOK (Studi Pada Host Talent Tik tok di kosan Ar-Rahma Sukarame Bandar Lampung). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Drury, G. (2008). Opinion piece: Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively? . Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice.
- Fauzi DH, A., & Mileva, L. (2018). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 58(1), 190-199.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- Hanna, R., Andrew, R., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. Business Horizons (3), Vol 54, 265-273.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran, Edisi Ke Dua Belas Jilid 1 (3rd ed). Yogyakarta: Yogyakarta INDEKS.
- Luciana Spica Almilia, L. R. (2007). Penerapan E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan.

- Machali, I., & Hamid, N. (2017). Pengantar Manajemen Pendidikan Islam. Yogyakarta: MPI Fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E Satisfaction, dan E-Loyalty dalam Konteks E-Commerce Blibli. Jurnal Strategi Pemasaran Vol.5 Yogyakarta 2.
- Marwan, J. (2021). TRANSFORMASI PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MEWUJUDKAN MINAT BELI. Kelola: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 7, Yogyakarta. 2, 57-72.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. Jurnal Hospitality Vol.11 Yogyakarta.1 , 291-296.
- Nabilla, A., & Tuasela, A. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA DIVA KARAOKE RUMAH BERNYANYI DI KOTA TIMIKA. JURNAL KRITIS VOLUME 5 NOMOR 2, 21-40.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pradnyaswari, N. P., & Aksari, N. M. (2020). E-SATISFACTION DAN E-TRUST BERPERAN DALAM MEMEDIASI PADA SITUS E-COMMERCE BLIBLI.COM. E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, Yogyakarta. 7, 2683-2703.
- Prasetyo, B., & Fazzariyawan, E. (2020). Analisa Faktor – Faktor E-Commerce dalam membentuk Customer Satisfaction Millenial Bukalapak. Owner Riset & JURNAL AKUNTANSI Vol 4 Yogyakarta 1, 311-321.
- Priyatno, D. 2014. SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Puntoadi, D. (2011). Meningkatkan penjualan melalui media sosial. Yogyakarta : Yogyakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2002). Measuring Customer Satisfaction. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Revita, A. (2016). E-SATISFACTION DAN E-TRUST MEMPENGARUHI E LOYALTY KONSUMEN WANITA DALAM SOSIAL MEDIA. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol 1 Yogyakarta 4.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada

- Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis JSMB Vol. 6 (2), 49-54.
- Salmah, N. N., Suhada, & Damayanti, R. (2021). Peran E-satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Pelanggan pada Toko Online Cilufio. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 132-140.
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel di Bali. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Yogyakarta Vol 1 Yogyakarta*. 3, 278-289.
- Sanusi, S. L. 2011. Global Yogyakarta meltdown and the reforms in the Nigerian banking sector. *CBN Journal of Applied Statistics (JAS)*, 2(1), 7.
- Shandy Widjoyo Putro, H. S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sharma, D., & Gupta, S. (2021). IMPACT OF DIGITAL MEDIA ON STUDENTS' ENGAGEMENT VIA E-LEARNING: A CRITICAL LITERATURE REVIEW USING BIBLIOGRAPHIC ANALYSIS. *Journal of Content, Community & Communication Vol. 13*, 27-34.
- Siregar. Syofian. 2014. Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS. Yogyakarta: Kencana.
- Siswanto, T. (2013). OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH. *Jurnal Liquidity Vol. 2, Yogyakarta*. 1, 80-86.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharjo, B. 2013. Statistik Terapan: Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS, Edisi ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto, J. 2009. Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi ke-7. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Tan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO : Journal of Management & Business Vol 4 Issue 1*, 315-330.
- Tan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk

Meningkatkan Brand Image. SEIKO : Journal of Management & Business Vol
4 Issue 1, 315-330.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality, & Satisfaction. Edisi Ketiga.
Yogyakarta: CV Andi OFFSET.