

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Coviello, Milley, & Marcolin. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Vol. 15 No.4*, hal. 18-33.
- Heidrick, & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Jamaludin, M. (2019). *Manajemen Operasi*. Bandung: Kencana Utama.
- Kepios. (2022). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Dipetik Juli 19, 2022, dari datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). (B. Sabran, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *MARKETING 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Stanton, W. J. (2005). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.