

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Zaskia, P., & Sari, A. I. (n.d.). *Studi Kelayakan Bisnis Pengelolaan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Digital Study Of Business Feasibility Of Sosial Media Management As A Digital Business Opportunity*. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Afrianti, U., Isa Anshori, M., & Andriani, N. (n.d.). *Digitalisasi Marketing Melalui Instagram Dan Facebook Ads Dalam Meningkatkan Skala Usaha Umkm: Systematic Literature Review*. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21058>
- Agit, A., Aisyah Julyana, S., & Ma'ruf, B. (n.d.). *Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa) 2023 Tinjauan Literatur Pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online Di Era Digital*.
- Ardana Listyandita Putra, V. (2024a). *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Umkm Di Surakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. <https://doi.org/10.30606/v6.n2.2024.4>
- Ardana Listyandita Putra, V. (2024b). *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Umkm Di Surakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. <https://doi.org/10.30606/v6.n2.2024.4>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh promosi media sosial dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 1–10. <https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/view/758>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(2), 226–233.
- Dewi, H. M., & Sulistiyowati, P. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Beranda Kali di Boja Kendal. *Jurnal Mahasiswa*, 5(4), 97–108. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v5i3>
- Dewi, M. K. (2016). Hubungan antara motif dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengakses website media online Kapanlagi.com. *Jurnal*

Komunikasi, 8(1), 1–10.
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/view/37767>

Fadhli, M., & Pratiwi, A. (2021). *Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Pada Media Sosial dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 1189.

Febriarhamadini, R., & Suryadi, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Semester Akhir 2018–2019 Fakultas Ilmu Administrasi & Sekretari (FIAS) IBM ASMI*. *Jurnal Administrasi Bisnis Asmi*, 3(1), 11–18.

Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh literasi digital, media sosial, dan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 99–106.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/17171/9210>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<http://eprints.undip.ac.id/52967/>

Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). *Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Sosial Influence Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1858–1865.

Hasanah, R., & Maryam, S. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Kecantikan*. *Jurnal Digitech*, 3(1), 45–52.

Hermawati, A. (2023). *Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>

Hidayat, I. M., Khoyin, M., & Prajitno, S. B. (2024). Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom. In *ANNABA : Jurnal Ilmu Jurnalistik* (Vol. 9, Issue 2).

Jalaluddin, M. H. H., Amalia, S., Herlinda, H., & Magfirah, M. (2023). *Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengguna Aplikasi Transportasi di Lingkungan Universitas Dipa Makassar*. *Dipaneegara Komputer Sistem Informasi*, 17(1), 126–133.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Sosial Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kasinem. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serele Lahat*. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17, 329–339.
- Listyandita, V. A., Widodo, A., & Widiyanti, M. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 45–49.
<https://jurnalhirarki.com/hirarki/index.php/hjimb/article/download/16/4/81>
- Manajerial dan Kewirausahaan, J., Edy Handoyo, S., & Korespondensi, P. (n.d.). *PENGARUH LITERASI DIGITAL, MEDIA SOSIAL, DAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA*.
- Maududi, A., Supandi, A., Hendrarso, P., Tinggi, S., & Banten, I. A. (n.d.). *Tren Platform Digital Marketing pada pelatihan Pemasaran Digital UMKM di Indonesia pada Artikel Jurnal terindeks Google Sholar*.
Meta Analisis Pengaruh Digitalisasi Terhadap Peningkatan Dan Perkembangan Umkm Di Kota Tangerang Selatan. (n.d.).
- Muhadi, W. R., & Riski, E. C. (2022). *Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan Word of Mouth, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada TikTok Shop*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2), 229–240.
- Prajnya Paramitha, M., Mustofiyah, N., Oktavia Rieuwpassa, D., Anissa Rahmadanti Salim, R., & Negeri Malang, U. (n.d.). *Peran Digital Marketing Sebagai Langkah Peningkatan Kinerja UMKM di Era Revolusi Industri 4.0*.
- Putra, V. A. L., Listyandita, V. A., & Haryono, A. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 45–49.
<https://jurnalhirarki.com/hirarki/index.php/hjimb/article/download/16/4/81>
- Rahardja, B. V., Rolando, B., Chondro, J., & Laurensia, M. (2024). *MENDORONG PERTUMBUHAN E-COMMERCE: PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA PENJUALAN* (Vol. 1, Issue 1).
<https://journal.dinamikapublika.id/index.php/JUMDER>
- Salam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 1(2), 198–207.
<https://doi.org/10.34306/mentari.v1i2.272>

Saputra, M. R. A. (2023). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi CamScanner Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)*. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(3), 102–109.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1335386>

Suhartanto, D., Amalia, F. A., Farm, S., & Najib, M. (2023). *Metode Riset Bisnis: Dasar-Dasar Mendesain Dan Melakukan Riset Di Konteks Bisnis*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Suhartanto, D., Amalia, F. A., Farm, S., & Najib, M. (2023). *Metode Riset Bisnis: Dasar-Dasar Mendesain dan Melakukan Riset di Konteks Bisnis*. Bandung: Uwais Inspirasi Indonesia.

<https://uwais.co.id>

Van Laer, T., et al. (2019). *Customer Engagement in Sosial Media and Satisfaction Outcomes*

