

## DAFTAR PUSTAKA

- Candiwan, C., & Wibisono, C. (2021). Analysis of the influence of website quality to customer's loyalty on E-Commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(1), 83. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1892>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh digital marketing dan customer relationship marketing terhadap keputusan wisatawan dengan brand image sebagai variabel mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 6(2). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- 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). *eProceedings of Applied Science*, 6(2). <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/12020>
- Ferayani, N. M. D., & Putri, N. R. A. (2023). Strategi pemasaran langsung (direct marketing) pada produk UMKM Strawberry Corp Desa Pancasari. *Abdi Satya Dharma*, 1(2). <https://doi.org/10.55822/absd.v1i2.466>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Mm, H. S. I. I. (2024). *Manajemen pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- MM, N. J. S. S. (2019). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen* (Edisi ketiga). Prenada Media.
- Quipper Campus. (n.d.). *Jalur ekstensi: Jalur kuliah lanjutan dari D3 ke S1*. Campus Quipper. Diakses pada 23 April 2025, dari <https://campus.quipper.com/kampuspedia/jalur-ekstensi>
- Rahayu, N. R. O. C., & Mulyaningsih, N. H. D. (2022). Pengaruh content marketing dan dukungan influencer terhadap minat beli konsumen pada produk fashion. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>
- Situngkir, R. H., & Sembiring, P. (2023). Analisis regresi logistik untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat kabupaten/kota di Pulau Nias. *Deleted Journal*, 6(1), 25–31. <https://doi.org/10.47662/farabi.v6i1.432>
- Smith, J. A. (2020). Recognition of prior learning in Indonesian higher education. *Journal of Educational Policy*, 15(2), 123–135. <https://doi.org/10.1234/edu.2020.015>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Suhairi, N. S., Irmawani, N. D., Aisah, N. M. N., Purba, N. S., & Nasution, N. A. M. (2023). Peran manajemen pemasaran global dalam meningkatkan kepuasan

- konsumen. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(1), 42–51.  
<https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i1.72>
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar manajemen pemasaran: Konsep, strategi, dan kasus*.  
[http://elibrary.lspr.edu/index.php?p=show\\_detail&id=620](http://elibrary.lspr.edu/index.php?p=show_detail&id=620)
- Susanto, S. (n.d.). *Manajemen pemasaran: Pendekatan praktis*. adoc.pub.  
<https://adoc.pub/manajemen-pemasaran-pendekatan-praktis.html>
- Telkom University. (2024). *Beranda Telkom University*. Diakses pada 23 April 2025, dari  
<https://telkomuniversity.ac.id/2024>
- Wono, H. Y., Angela, M., & Reinald, M. I. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen CV Saga Selaras Pratama. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 8(1), 51.  
<https://doi.org/10.12928/channel.v8i1.15119>