

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2016). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. *Andi Offset*.
- Alsaleh, D. (2017). Understanding the Role of Blogger Recommendations on Consumer Purchasing Behavior. *The Journal of Business Inquiry*, 17(1), 23–40. <http://www.uvu.edu/woodbury/jbi/articles/>
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>
- Arisandy, Y., & Satriawan, R. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 74–88. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i1.1202>
- Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). Predicting the intention to use consumer-generated media for travel planning. *Tourism Management*, 35(April 2018), 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.010>
- Darma, I. A. D. G., & Sutrisna, I. K. (2019). Pengaruh Jumlah Pengeluaran Wisatawan Asing, Penanaman Modal Asing, dan Kurs USD terhadap Cadangan Devisa Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 11(2), 663–691. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Djakasaputra, A., Wijaya, O. Y. A., Utama, A. S., Yohana, C., Romadhoni, B., & Fahlevi, M. (2021). Empirical study of Indonesian SMEs sales performance in digital era: The role of quality service and digital marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303–310. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.003>
- Elistia. (2020). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177(9), 1–16.
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada PT. Liza Christina Garment Industry. *Jurnal Ummi*, 13(2), 103–112. <https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/ummi/article/view/537/241>
- Erlangga, H., Sunarsib, D., Pratamac, A., Nurjayad, Sintesa, N., Hindarsahf, I., Juhaerig, & Kasmad. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672–3678. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1648>
- Firdaus, & Cahyono, B. (2020). Marketing Performance Berbasis Product Innovativeness dan Islamic Differentiation Advantage. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 42.

<https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1737>

- Firmansyah, M. A. (2019). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). *CV. Budi Utama*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Gharieb, M. E. (2021). The effect of online marketing through social media platforms on saudi public libraries. *Journal of Information Technology Management, 13*, 238–2362. <https://doi.org/10.22059/JITM.2021.82621>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate.pdf*.
- Ghozali, I. (2014). SEM Metode Alternatif dengan menggunakan Partial Least Squares (PLS). *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Dinar Hadi Surakarta Sri Haryanti, Bambang Mursito, Sudarwati Prodi Manajemen FE UNIBA Surakarta*. 144–151.
- Hendriyati, L. (2019). Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata, 17*(1), 1–10.
- Irwansyah, R., Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Lestari, S., & Santoso, A. (2019). The Roles of Digital Literacy, Technology Literacy, and Human Literacy to Encourage Work Readiness of Accounting Education Students in the Fourth Industrial Revolution Era. *KnE Social Sciences, 3*(11), 513. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.4031>
- Mulyandi, R., & Tanuwijaya, J. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS), 1*(5), 368–373. <http://sosains.greenvest.co.id/index.php/sosains/article/view/81/118>
- Noviandari, R. N. K., Aryana, R. I. N., & Astawa, I. P. (2018). The Analysis Internet Marketing Implementation as One of Marketing Media At The Patra Bali Resort & Villas. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality, 1*(4), 417–424. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JASTH/article/view/1206>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., & Rosmawati. (2021). Teori Perilaku Konsumen. In *Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management* (pp. 1–228).
- Nurlela, I., Yanti, R. A. E., & Aryansyah, F. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan. *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan), 2*(3), 179. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v2i3.5891>
- Permana, S. D. H. (2019). Analisis Hasil Improvisasi SEO dengan Metode Hybrid

- Modified MCDM untuk Peningkatan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website UMKM. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 8(1), 85. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v8i1.611>
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pratiwi, A. . M. (2020). Meningkatkan Sumber Daya Manusia Pariwisata Bali. *Jurnal Fakultas Pariwisata Universitas Udayana*, 1(1), 1–16.
- Putra, F. D. (2017). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462–473. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>
- Putri, S., Yohana, C., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert Box. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(3), 769–786.
- Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.248>
- Ratnasari, N., Susandy, G., & Apriandi, W. D. (2019). the Influence of Social Media Marketing and Online Consumer Behavior in the City of Subang on the Brand Story of the Instant Messenger Line. *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)*, 16(2), 1–10.
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 7(2), 142–153. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.144>
- Sasangka, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129–154. <https://doi.org/10.31955/mea.vol2.iss1.pp129-154>
- Sayogi, K. W., & Demartoto, A. (2018). Pengembangan Pariwisata Bahari (Studi Deskriptif Pada Pelaku Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Watukarung Desa Watukarung Kecamatan Pringku Kabupaten Pacitan). *Journal of Development and Social Change*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.20961/jodasc.v1i1.20728>
- Serano, L. (2022). Daya Saing Melalui Social Media Marketing Di Percetakan Kilat Promosi Medan. *Jurnal Escaf*, 1(1), 393–399.

- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718–736. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV ALFABETA.
- Sulistyawati, A. sri. (2019). Analisis E-Marketing Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Maya Ubud Resort & Spa. *Jurnal Pariwisata Universitas Udayana*, 1(1), 1–20.
- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmoderen. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 51–64.
- Udin, M. M., & Yuliawati. (2017). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Po Sayur Organik Merbabu (Som). *Pendidikan Kimia PPs UNM*, 1(1), 91–99.
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 383–389. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>
- Utami, P. D. P., & Rahyuda, K. (2019). The Antecedents of Consumers' Attitude and Its Consequences on Online Purchase Intention. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 6(4), 107–117.
- Willy, F., Sumarsan, T., & Julitawaty, W. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56. <https://pmci.ac.id/ejournal/index.php/jbk/article/view/47>
- Zahay, D. (2015). *Digital Marketing Management A Handbook for the Current (Future) CEO*.