

DAFTAR PUSTAKA

- Akgün, V. Ö. (2021, September 4). A Holistic Approach to The Concept of Experiential Marketing: A Literature Review. 7th International Conference on Business and Economic Studies.
- Alamsyah, A. I. S. (2024). PERAN APLIKASI CANVA DALAM MENDUKUNG UMKM BERSAING DI ERA DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Amin, M., Nasution, A. P., Sambodo, I. M., Hasibuan, M. I., & Ritonga, W. A. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Online dengan Manajemen Hubungan Pelanggan dan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen (ECOBISMA)*, 8(1), 122–137.
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram : Fenomena Like dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2).
- Colom, A. (2022). Using WhatsApp for focus group discussions: ecological validity, inclusion and deliberation. *Qualitative Research*, 22(3), 452–467. <https://doi.org/10.1177/1468794120986074>
- Desai, Dr. Mrs. V. (2019). *Digital Marketing: A Review*. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, Special Is(Special Issue-FIIIPM2019), 196–200. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd23100>
- Desai, V. (2019). *Digital Marketing: A Review*. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 196–200.
- Dwi Laksana, E., Dian E, A., Pilatusalim, M., & Ismurdijahmitra, M. (2022). Analisa Penyusunan Strategi Marketing Mix Sebagai Alternatif Promosi Rumah Sakit Di RSUD Simpang Lima Gumul Kediri. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(08), 690–701. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i08.212>
- Ekawati, S. S., & Andriani, H. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Yadika Pondok Bambu Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Medika Utama*, 3(2), 2073–2083.
- Fadhilah, H., Robbiulsani, M., Resmiasari, Y., Nadila, D., & Sundari, A. (2024). Pemasaran Produk UMKM Aksesoris Manik-Manik Di Era Digital: Memahami Peran Konsep Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan Bisnis Kedepan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Inklusi Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 1–13.

- Fadly, edward, & Azhar, A. A. (2024). Upaya Meningkatkan Pelayanan Desain Grafis melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Inovatif “Studi Percetakan CV.Haikommikom.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(6), 3314–3332.
- Kannan, P. K., & Li, H. “Alice.” (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kartikasari, N., & Sulistiadi, W. (2022). Analisis STP dan Strategi Marketing Mix Pelayanan Gigi dan Mulut Selama Masa Pandemi COVID-19 Di RSGM YARSI. *Jurnal Medika Utama*, 3(2), 2159–2169.
- KK Dharma. (2011). Metodologi penelitian keperawatab: Panduan melaksanakan dan menerapkan hasil penelitian.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Leeflang, P. S. H., Verhoef, P. C., Dahlström, P., & Freundt, T. (2014). Challenges and solutions for marketing in a digital era. *European Management Journal*, 32(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.12.001>
- Mauliansyah, R. (2017). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2).
- Merrynda, Y. S., & Andriani, H. (2023). Efektivitas Media Sosial Dalam Pemasaran Digital Rumah Sakit : Literature Review. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6).
- Mertha, I. M. L. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata (F. Husaini, M. Fikri, & D. Syahputra, Eds.; Vol. 1). Anak Hebat Indonesia.
- Meylano, N. H., Respati, H., & Firdiansjah, A. (2020). The Effect of Confidence through Emotional Branding Honda Motorcycle Customer Satisfaction:A Case Study of Maumere, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(02), 113–118. <https://doi.org/10.31695/IJASRE.2020.33720>
- Prasetyo, A. A. R., & Sulistiadi, W. (2019). Effect of Digital Marketing in Hospitals: A Systematic Review. 509–512. <https://doi.org/10.26911/theicph.2019.04.47>

- Rahmah, S. N. (2023). Pemanfaatan Media Promosi Pemasaran Digital: Studi Pada Rumah Sakit di Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 10(1), 119–123.
- SA, M. F., & Pujiyanto, P. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Rumah Sakit: Systematic Review. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 13(2), 100–108. <https://doi.org/10.52022/jikm.v13i2.149>
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Wahyuni, R. D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah (A. Rikki, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sembiring, M., & Siregar, E. F. S. (2020). Pelatihan Strategi Pemasaran, Bisnis Dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu. *Jurnal Abdidas*, 1(4), 277–283. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i4.53>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Andi.
- Urban, G. L. (2004). *Digital Marketing Strategy: Text and Cases (illustrated)*. Pearson Prentice Hall.
- Wulandari, Z., Alam, A., Purbo Tyas, G., & Syahidah, Y. (2021). Webinar Dan Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 45–51. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i2.3055>