DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology \& Marketing*, *20*(2), 123–138.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.

Fadhilah, D. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *12*(1).

Gunawan. (2022). *Manajemen Kualitas Produk*. Penerbit Andi.

Harahap, D & Amanah, D. (2018). *Pengantar Manajemen*. CV Alfabeta.

Hasanah, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Penerapannya*. Bumi Aksara.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing: An Introduction*. New Jersey: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 (ed.)). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Perilaku konsumen)* (15th ed.).

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, *80*(6), 69–96.

Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Martinez, P., & Rodriguez del Bosque, I. (2013). CSR and Customer Loyalty: The Roles of Trust, Customer Identification with the Company and Satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*.

McLean, G. (2018). Examining the Determinants and Outcomes of Mobile App Engagement. *International Journal of Information Management*, *40*, 1–12.

Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.

Prasetyo, A., Pratamal, A., & Aditya, R. (2022). Analysis of E-Service Quality and E-Satisfaction Effects on Customer Loyalty at an Indonesian Digital Marketplace. *Jurnal Manajemen*.

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, *1*(1), 1–17.

Rahmawati, L. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik pada Konsumen di Surabaya*. Universitas Airlangga.

Riduwan, & S. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta.

Rose, S., Clark, M., Samouel, P., & Hair, N. (2012). Online Customer Experience in E-Retailing. *Journal of Retailing*, *88*(2), 308–322.

Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction. *Jurnal Manajemen*.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. ALFABETA.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran (5th ed.)*. Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.