

Daftar Pustaka

- Adityawan Fajar Firmanda, F. L. (2021). Analisis mediasi kepuasan nasabah pada hubungan *digital marketing* dan brand loyalty pada Bank Jateng Cabang Wonosobo. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 29–49.
- Ahmed, A., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Salloum, S. A. (2020). Digital transformation and organizational operational decision making: a systematic review. In International Conference on Advanced Intelligent Systems and Informatics. *Springer, Cham*, 708–719.
- Alwan, M., & Alshurideh, M. (2022). The effect of *digital marketing* on value creation and customer satisfaction. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1557–1566. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.4.021>
- Aryani, M. (2021). Analisis *Digital marketing* Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Astuti, C. W. (2022). Pengaruh social media marketing dan brand trust terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 01(02), 33–49.
- Band, R., James, E., Culliford, D., Dimitrov, B., Kennedy, A., Rogers, A., & Vassilev, I. (2019). Development of a measure of collective efficacy within personal networks: A complement to self-efficacy in self-management support? *Patient Education and Counseling*, 102(7), 1389–1396. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2019.02.026>
- Bleier, A., Harmeling, C. M., & Palmatier, R. W. (2019). Creating effective *online* customer experiences. *Journal of Marketing*, 83(2), 98–119. <https://doi.org/10.1177/0022242918809930>
- Budworth, M. H. (2011). Individual learning and group performance: The role of collective efficacy. *Journal of Workplace Learning*, 23(6), 391–401. <https://doi.org/10.1108/13665621111154403>
- Daniati, A. B. R., & Rai Suwena, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 27–33. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Darmadi. (n.d.). *Pengaruh Kecerdasan Emosional Diri dan Prestasi Terhadap Efikasi Guru yang Di Moderasi Budaya Organisasi*. 1–13.
- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of *digital marketing*, digital finance and digital payment on finance performance of indonesian smes. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.006>
- Desi Wulandari, Yulianeu, M. M. W. (2020). Pengaruh kecerdasan emosional terhadap stres kerja melalui efikasi diri pada guru Sekolah Luar Biasa Negeri Semarang. *Universitas Pandanaran Semarang*, 01(3), 13–17.
- Dwi Ardiansyah Putra, M., Sulaeman, S., & Nasrullah, N. (2024). Analisis Pengaruh *Digital marketing* dan Kualitas Pelayanan dalam Menciptakan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja di Market Place. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(1), 85–94. <https://doi.org/10.59188/journalsosains.v4i1.1224>
- Enyioko, N. C., & Okwandu, G. A. (2019). Effect of Social Media Marketing on The Conversion Rate of Deposit Money Banks in Nigeria. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.31106/jema.v16i1.2141>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh *Digital marketing*, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen pos kopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>

- Farida, F. A. (2021). Pengaruh pengembangan karier terhadap organizational citizenship behavior dengan peran mediasi employee engagement. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri PENGARUH*, 601–609.
- Fauzy, I. (2022). *Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, Nilai, Reputasi dan Komitmen Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Studi Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang ...*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/39715>
- Garrido-Moreno, A., García-Morales, V., King, S., & Lockett, N. (2020). Social Media use and value creation in the digital landscape: a dynamic-capabilities perspective. *Journal of Service Management*, 31(3), 313–343. <https://doi.org/10.1108/JOSM-09-2018-0286>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Peneliti*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hamsia, Maradita, F., & Rusni, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Perumahan Air Minum Batulanteh Cabang Sumbawa. *Isbn*, 4(1), 121–138. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/>
- Hasanat, M. W., Hoque, A., & Hamid, A. B. A. (2019). Effect of Customer Relationship Management in Digital. *International Conference on Business, Accounting, Finance and Economics, 2016*, 167–176.
- Hatuluayo, N. (2023). Pengaruh Sistem Transaksi Keuangan Brilink Terhadap Kepuasan Pelanggan. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.57235/mantap.v1i1.1198>
- Hawa Lubis, S., & Sahputra, D. (2021). Hubungan Kecerdasan Emosi dengan Efikasi Diri Pada Siswa The Relationship Of Emotional Intelligence With Self-Efficacy. *Jurnal Pendidikan Islam*, 10(02), 907–918. <https://doi.org/10.30868/ei.v10i02.1737>
- Hayes, A. F., & Preacher, K. J. (2014). Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 67(3), 451–470.
- Heckman, James J., dan T. K. (2012). Hard evidence on soft skills. *Labour Economics*, 19(4), 451–64. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.labeco.2012.05.014>
- Hiola, R. (2022). Efek Interaksi Pemanfaatan Media Promosi Pada Strategi *Digital marketing* dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(4), 285–295. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i4.512>
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. Y. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az- Zahra Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 894–901.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali Pers.
- Islam, D., Kurniawan, M. Z., & Masrunik, E. (2023). Pengaruh *Digital marketing*, Brand Image, dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Gresik. *Ekuivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis*, 9(1), 154–169.
- Jasri, Arfan, N., -, H., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan *Digital marketing* dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Kesuma Wardhana, I., & Hasin, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk & Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee on The Bus di Yogyakarta (PO Rejeki Transport). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(06), 1–11. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Kholifatul Khasanah, & Muhammad Aswad. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan

- Kepercayaan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna Fitur Shopee Paylater E-Commerce Shopee. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 23–36.
- Kotler, Philip., dan G. A. (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed.* Prentice Hall.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2* (edisi 12 J). PT. Indeks.
- Kurniawan, R. (2023). *Pengaruh Citra Institusi, Publisitas, Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Mahasiswa Serta Implikasinya Terhadap Nilai Pelanggan Dengan Implementasinya Link & Match Sebagai Moderasi (Survei Pada Politeknik LP3I di 6 Kampus di Indonesia) The Influence of I* [Universitas Pasundan Bandung]. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/65029>
- Kusasih, Mutmainah, & Dewi. (2018). Analisis Kualitas Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 12, 159–168.
- Lent, R. W., Schmidt, J., & Schmidt, L. (2006). Collective efficacy beliefs in student work teams: Relation to self-efficacy, cohesion, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 68(1), 73–84. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.04.001>
- Lingga, R. I., & Syafitri, A. (2024). Dampak *Digital marketing* terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Karyatama Lubuklinggau. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 7(1), 198–204. <https://doi.org/10.31004/jutin.v7i1.23081>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan *Digital marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Lubis, A. F., Rasyid, M., & Heri, H. (2022). Mediasi Efikasi Diri Pada Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pegawai. *Biopsikososial: Jurnal Ilmiah Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Jakarta*, 6(1), 614. <https://doi.org/10.22441/biopsikososial.v6i1.14684>
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi *Digital marketing*, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.
- Mahmoud, M. A., Hinson, R. E., & Anim, P. A. (2019). Service innovation and customer satisfaction: the role of customer value creation. *European Journal of Innovation Management*, 21(3), 402–422. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2017-0117>
- Makaba, K. A., Kadir, N., & Munir, A. R. (2021). Pengaruh *Digital marketing* dan Merchandise Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan pada Departement Store. *Journal of Management & Business*, 4(2), 250–262. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.1122>
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2024). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75.
- Marshall, G. W., Moncrief, W. C., Rudd, J. M., & Lee, N. (2019). Revolution in sales: The impact of social media and related technology on the selling environment. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32(3), 349–363.
- Mas Arroni Junior. (2022). *Pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan dengan self-efficacy sebagai variabel moderasi. (Study PT Lautan Berlian Utama Motor Lampung)* (Vol. 4, Issue 1). Universitas Lampung.
- Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Joane. V, M. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355–360.
- Median, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Pelatihan Karyawan, Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Karyawan the 101 Hotel Jakarta Sedayu

- Darmawangsa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (2023) 12(1) 418-426, 12(1), 418–426.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and *digital marketing* on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
- Michel, S., Brown, S. W., & Gallan, A. S. (2018). Service-logic innovations: How to innovate customers, not products. *California Management Review*, 50(3), 49–65. <https://doi.org/10.2307/41166445>
- Munawir, A. (2021). Pengaruh Kecepatan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Marga Mandala Sakti Pada Gerbang Tol Serang Timur. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(01), 26–33. <http://simasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home>
- Nurmala, E. (2022). Strategi *Digital marketing* Dalam Peningkatan Nasabah Di Bank Muamalat Saat Pandemi Covid-19. In *Universitas Islam Malang*. Universitas Islam Malang.
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Y., A. P. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 181–186.
- Purba, M. I., Simanjutak, D. C. Y., Malau, Y. N., Sholihat, W., & Ahmadi, E. A. (2021). The effect of *digital marketing* and e-commerce on financial performance and business sustainability of MSMEs during COVID-19 pandemic in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 275–282. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.006>
- Purwatiningsih, Iwan, & Sopyan. (2023). Pengaruh *Digital marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik di Indonesia. *SEIKO: Journal of Managemnet & Business*, 6(2), 425–434.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi *Digital marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization of *Digital marketing* for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40–55. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v3i1.264>
- Rosa, T. W. A. (2019). Emotional intelligence terhadap kinerja karyawan dengan self efficacy sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(1), 106–113.
- Sahid, U. (2024). *Transaksi online terhadap Kepuasan*. 3(April), 224–232.
- Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi *Digital marketing* Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>
- Sarifuddin, T., Cahyaning Raheni, Setiawan Mandala Putra, & Ni Nyoman Lilik. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Makeup. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 272–277. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2614>
- Sembhodo, et al. (2022). Personal Selling and *Digital marketing* As Crucial Factors in Maximizing Customer Satisfaction Through Perceived Value in the Usage of M-Banking Application. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(4), 809–819. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.05>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan *Digital marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual –

- Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Sobhy, E., & Mohamed, A. (2021). *The impact of social intelligence and employees ' collective self-efficacy on service provider ' s performance in the Egyptian governmental hospitals*. 1(1), 58–80. <https://doi.org/10.1108/IJDIG-07-2020-0003>
- Stajkovic, A. D., Lee, D., & Nyberg, A. J. (2009). *Collective Efficacy , Group Potency , and Group Performance : Meta-Analyses of Their Relationships , and Test of a Mediation Model*. 94(3), 814–828. <https://doi.org/10.1037/a0015659>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono*. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 15, Issue 2010).
- Susanti, D. (2021). *Digital marketing Pada Customer Value Dan Customer Engagement Terhadap Repeat Purchase Pada Marketplace*. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 135–146. <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist>
- Tanjung, R., Arifudin, O., Sofyan, Y., & Hendar. (2020). Pengaruh Penilaian Diri dan Efikasi Diri Terhadap Kepuasan Kerja Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Imiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1), 380–391.
- Terhadap, O., & Karyawan, K. (2023). *Pengaruh efikasi diri, pelatihan karyawan, dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan di THE 101 Hotel Jakarta Sedayu Darmawangsa*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Udayar, S., Fiori, M., & Bausseron, E. (2020). Emotional intelligence and performance in a stressful task: The mediating role of self-efficacy. *Personality and Individual Differences*, 156(October 2019). <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109790>
- Wijaya, A. P., Bernarto, I., & Purwanto, A. (2020). How to achieve value creation in digital world? The influence of IT response on value creation and customer satisfaction. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 6705–6715.
- Wikantari, M. A. (2024). Analysis of *Digital marketing* Determinants on Customer Loyalty with Customer Satisfaction, *Online Promotion* and Customer Experience as Mediation Variables. *International Journal of Economics Development Research*, 5(2), 2024–2758.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer Value : The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of Academy of Marketing Science*, 25(2), 139–153.