



ANALISIS ASPEK DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN DI RH KUE AND COOKIES SOCAH BANGKALAN

Oleh:

Niadatus Soliha¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: Niadatus37@gmail.com

Abstract. This discussion aims to describe the impact of digital marketing in increasing customer retention at the RH cake and cookie catering to increase sales. Digital marketing is sales that has a broad scope by directing digital media such as the web, e-mail, and wireless media, but also includes controlling digital consumer data, and also how the internet can be used together with traditional media to obtain and provide services to consumers. . This research is descriptive research with a qualitative approach with the research object being RH cake and cookies catering. Data sources were taken from documents, interview results, and observation results. In this research, interviews with various questions regarding the subject of the research were carried out directly. The research results reveal that the RH cake and cookie catering uses digital marketing as its marketing and promotional media by utilizing social media in the form of Facebook and WhatsApp to inform and communicate with consumers. This platform is capable enough to provide information about RH cake and cookie catering products and interact directly with consumers. And also the results resulting from the implementation of digital marketing carried out by RH cake and cookies catering have a positive impact on increasing sales of RH cake and cookies catering products..

Keywords: Marketing Strategy, Digital Marketing, Customer Retention.

ANALISIS ASPEK DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN DI RH KUE AND COOKIES SOCAH BANGKALAN

Abstrak. Pembahasan ini bermaksud untuk mendeskripsikan tentang dampak *digital marketing* dalam meningkatkan retensi pelanggan di catering RH kue and cookies untuk meningkatkan penjualannya. *Digital marketing* adalah penjualan yang memiliki cakupan yang luas dengan mengarahkan pada media digital seperti web, e-mail, dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengendalian data konsumen digital, dan juga bagaimana internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan objek penelitian catering RH kue and cookies. Sumber data diambil dari dokumen, hasil wawancara, dan hasil observasi. Dalam penelitian ini, wawancara dengan bermacam-macam pertanyaan mengenai pokok penelitian yang dilaksanakan secara langsung. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa catering RH kue and cookies memakai *digital marketing* sebagai media pemasarannya dan promosi dengan memanfaatkan media sosial yang berupa facebook dan whatsapp untuk memberitahukan dan berkomunikasi dengan konsumen. Platform, tersebut cukup mampu untuk memberitahukan produk catering RH kue and cookies dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Dan juga hasil yang ditimbulkan dari penerapan *digital marketing* yang dilakukan oleh catering RH kue and cookies yaitu berdampak positif untuk meningkatkan penjualan produk catering RH kue and cookies.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Digital Marketing, Retensi Pelanggan.

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi membantu perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesusahan untuk mendapatkan berita apapun, sebagai pijakan kegiatan bisnisnya, yang mana saat ini bisa dengan mudah memperoleh banyaknya sebuah berita, kemudian berita yang diperoleh mesti diseleksi agar memperoleh berita yang relevan juga tepat. Pemakaian internet dalam usaha berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi usaha, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di internet sama dengan *direct marketing*, dimana pelanggan berkomunikasi langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.

Dengan pemanfaatan dan penerapan teknologi internet diharapkan dapat

menjual berbagai macam produk atau jasa, diantaranya dengan *digital marketing* atau penjualan secara digital. *Digital marketing* merupakan penjualan yang mempunyai cakupan yang menyebar untuk mengarahkan pada media digital seperti web, e-mail, dan media nirkabel, namun juga mencakup pengendalian data konsumen digital, dan juga bagaimana internet dapat dipakai bersama dengan media tradisional untuk mendapatkan dan memberikan fasilitas untuk konsumen (Budi Harto, dkk, 2021). Berdasarkan data yang dilansir dari datareportal.com yang dirilis oleh datareportal jumlah pengguna digital di Indonesia pada awal tahun 2024 mencapai 139,0 juta pemakai media sosial yang sepadan dengan 49,9% dari total keseluruhan. Statistic media sosial pada tahun 2024 di Indonesia terdapat 139,0 juta identitas pengguna media sosial aktif. Sedangkan, data yang dipublikasikan pada perencanaan pemberitahuan di platform media sosial ternama mengesahkan bahwa ada 126,8 juta pemakai berusia 18 tahun keatas yang memakai media sosial di Indonesia pada awal tahun 2024, sepadan dengan 64,8% dari total populasi berusia 18 tahun keatas. 46,5% pemakai media sosial di Indonesia adalah perempuan, sementara itu, 53,5% adalah laki-laki.

Cara berbasis *digital marketing* perlu dilaksanakan pada era digitalisasi supaya dapat menggapai hasil dengan upaya yang lebih cepat dan akurat (Hadi Irfani, dkk, 2020). UKM yang memiliki akses online, terlibat di sosial media, dan mengasah keahlian dalam e- commercenya akan berkesempatan merasakan surplus usaha yang relevan baik dari sisi penghasilan, peluang kerja, kebaruan, dan daya saing (Syukron, dkk, 2022). Catering RH kue and cookies adalah bisnis yang berjalan dibidang produksi kuliner yaitu berupa kue dan cookies juga melayani konsumen yang memesan nasi kotak. Yang terletak di kabupaten bangkalan desa socah yang mana daerah penjualan usaha ini adalah kabupaten bangkalan dan sekitarnya. Hasil wawancara dengan pemilik usaha catering RH kue and cookies, menyatakan bahwa dengan adanya digital marketing dapat mengembangkan bisnisnya, dengan menggunakan media sosial melalui whatshap, dan facebook. Sosial media merupakan salah satunya karena memiliki banyak keunggulan pada penggunaannya.

Penelitian terdahulu membahas mengenai cara penjualan digital yang berlaku efektif dapat mempunyai akibat positif pada kesetiaan konsumen di industri e-commerce. Pemakaian sosial media yang cerdas, konten yang istimewa dan membuat

ANALISIS ASPEK DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN DI RH KUE AND COOKIES SOCAH BANGKALAN

terkesan, personalisasi keahlian konsumen, serta pemakaian data konsumen yang baik, semuanya dapat berkontribusi dalam membina ikatan yang kuat antara perusahaan e-commerce dan konsumennya. Dengan menumbuhkan kesetiaan konsumen, perusahaan dapat mengurangi tingkat churn, meningkatkan retensi pelanggan, dan menumbuhkan perniagaan secara keseluruhan (Frans Sudirjo, dkk, 2023). Menurut (Cindy Ariza Hasibuan, 2023). Tingkat keyakinan dan Tingkat kegigihan kongumen yang tinggi membutuhkan tingkat kesetiaan pelanggan yang tinggi juga. Sehingga dengan melakukan studi ini, diharapkan para pengusaha UMKM akan memahami isu-isu atau dapat mengidentifikasi langkah-langkah yang tepat dalam memilih *digital marketing* yang akan digunakan. Studi ini menjadi sumber literatur yang berharga dan membantu dalam upaya mengatasi permasalahan dalam *digital marketing*. Penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan studi literatur sebelumnya yang dilakukan secara sistematis untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana digital marketing dalam meningkatkan retensi pelanggan di catering RH kue and cookies. Karena pengusaha UMKM terkadang masih bingung dalam menggunakan *digital marketing*.

Studi ini diharapkan dapat berkontribusi penting bagi pengusaha, akademisi maupun para aktivis. Studi ini menawarkan wawasan baru yang dapat digunakan sebagai pertimbangan pengambilan kebijakan dalam usaha, dan meningkatkan kualitas tata kelola perusahaan. Studi ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk kebutuhan riset dimasa depan.

KAJIAN TEORITIS

Aspek Digital Marketing

Digital marketing bisa diartikan sebagai aktivitas marketing termasuk *branding* yang memakai bermacam media berbasis web atau jejaring sosial (Ridwan dan Josua, 2009). Pelaksanaan *digital marketing* pada lingkungan dunia bisnis bukan hanya diterapkan pada perusahaan besar saja. Akan tetapi, perusahaan kecil bahkan mikro juga melaksanakan *digital marketing* guna memaksimalkan promosi produknya (Dhiraj Kelly Sawlani, 2021). Menurut (Adji achmad subadar, dkk, 2022) menyatakan bahwa digital marketing memiliki lima konsep yakni: pemasaran konten, pemasaran mesin pencari (cara menjual produk), strategi media sosial, konsep yang menarik, dan konsep

dorong (*push*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang konsumen yang timbul setelah menyusun antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, konsumen akan kecewa atau tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan amat puas dan senang (Arman Syah, 2021). Tahapan seorang konsumen pengambilan keputusan pada kegiatan yang dilakukan secara fisik dalam penilaian, perolehan dan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa tercakup dalam perilaku konsumen (Meithiana Indrasari, 2019). Kepuasan pelanggan telah ditentukan dalam Sebagian strategi, namun secara konseptual, kepuasan pelanggan merupakan penilaian terhadap suatu produk yang membuat seorang konsumen tertarik untuk membelinya dikarenakan apa yang mereka harapkan sama dengan apa yang mereka terima (Lili Suryati, 2015). Sedangkan menurut (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2022) kepuasan pelanggan merupakan cara menarik seorang pelanggan dengan waktu yang lama, karena diperlukan jangka waktu yang cukup lama sebelum sanggup mendirirkan dan memperoleh jabatan atas *excellent service*, dan seringkali juga dipaksakan untuk mananamkan modal dalam jumlah yang besar pada serangkaian kegiatan yang dimaksudkan untuk membuat senang seorang konsumen untuk sekarang dan selanjutnya. Menurut (Lendy Zelviean Adhari, 2021) kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua, yaitu kepuasan fungsional, yang merupakan kesenangan yang didapatkan dari fungsi atau kegunaan suatu produk dan kepuasan psikologikal, yang merupakan kesenangan yang didapatkan dari simbol yang bersifat abstrak.

Catering RH Kue And Cookies

Catering RH kue and cookies merupakan sebuah usaha online yang didirikan oleh ibu haryani yang mana beliau sudah memiliki sertifikasi halal sekitar 10 bulan yang lalu dan juga sudah memiliki lebel sendiri sekitar 2 tahun yang lalu. Catering RH ini awalnya pedagang biasa di dalam pasar yang mana beliau saat itu membantu ibunya dan pada kemudian hari ketika beliau mengetahui cara pembuatan berbagai makanan ada tetangga yang memesan ke beliau dari sanalah catering ini mulai berjalan karena tetangga yang memesan merasa puas akan layanan dan kualitas dari catering itu

ANALISIS ASPEK DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN DI RH KUE AND COOKIES SOCAH BANGKALAN

sehingga memberitahu kekerabat dekatnya sehingga saat ini catering ini mulai berjalan dan tidak jualan lagi di pasar tetapi membuka jasa catering di rumahnya. Beliau juga memasarkan produknya menggunakan media sosial berupa facebook, dan status whatshap. Beliau tidak memiliki karyawan karena selama ada orang yang memesan beliau masih rasa mampu untuk melakukannya sendiri dan juga beliau terkendala dana untuk membayar karyawan sehingga beliau memutuskan untuk tidak memiliki karyawan. Dan beliau juga mementingkan kejujuran, dan kesucian produknya bukan hanya itu saja tapi beliau juga menjaga kualitas barang dan rasa agar konsumen merasa cocok dengan produk beliau. Beliau menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak menggunakan pemanis tapi dengan bahan yang alami, beliau menerima catering berupa kue, cookies dan juga nasi biasanya beliau untuk kue dan cookies itu melakukan inovasi setiap ada pemesanan tetapi untuk nasi beliau menyesuaikandengan pesanan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan peneliti pakai adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kepada UMKM catering RH kue and cookies. Penelitian kualitatif deskriptif dilaksanakan untuk mendeskripsikan penelitian yang sudah ada tanpa memberikan manipulasi data variabel yang diteliti dengan cara melaksanakan wawancara langsung (Siti Hanyfah, dkk, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan 2 strategi, yaitu:

Studi lapangan

Wawancara

Wawancara dilakukan agar mendapatkan data yang sangat tepat karena berasal langsung dari ibu haryani selaku owner catering RH kue and cookies.

Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lapangan tempat pemproduksian dengan menentukan hal yang dibutuhkn dan mencatat semua yang berkaitan dengan penelitian.

Studi Pustaka

Penulis juga melakukan Pencarian studi literature menggunakan internet pada web google scholar, google book dan perpustakaan ipusnas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek *digital marketing* terhadap penjualan produk catering RH kue and cookies

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan dengan owner catering RH kue and cookies, menyatakan bahwa *digital marketing* memberikan dampak yang besar bagi penjualannya. Hal ini karena penjualan melalui *digital marketing* mempermudah konsumen dalam bertransaksi, dan juga mempengaruhi penjualan produk/ dalam mempromosikan produknya lebih rendah dari pada mempromosikan produknya secara langsung. Dari hasil wawancara, narasumber menyatakan bahwa pemasaran digital lebih mudah. Karena demikian maka narasumber lebih memilih memasarkan produknya secara *digital* karena pemasaran melalui platform *digital* meningkatkan penjualan produknya.

Hal ini selaras dengan penelitian Gina, (2022). Yang mengatakan bahwa upaya yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran tentunya mempunyai beragam macam strategi. Sebagaimana dalam mempromosikan barangnya ataupun jasa yang tersedia, bukan sekedar itu saja memberikan selembaran ataupun mendiskusikannya antara satu sama lain kepada sanak saudara sehingga memberikan peningkatan penjualan dengan pertolongan seperti itu. Namun, dengan ramainya internet pada zaman sekarang mesti aktivitas untuk meningkatkan penjualan dilaksanakan dengan cara online, dari sosial media ataupun websitenya sendiri.

Strategi pemasaran dalam menerapkan *digital marketing*

Pembahasan ini bermaksud agar memahami cara penjualan yang digunakan oleh owner catering RH kue and cookies dalam mempraktikan *digital marketing*. Dari hasil wawancara narasumber menyatakan bahwa narasumber dalam memasarkan produknya pada awalnya berjualan di pasar dan juga ikut bazar Ketika bulan Ramadhan. Akan tetapi Ketika narasumber mengenal media sosial saya mulai memasarkannya dengan memposting dimedia sosial seperti faceebook dan status whatshap. Yang mana dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa owner catering RH kue and cookies menjualkan produknya dengan menggunakan *digital marketing*. penggunaannya dengan mengupload produknya di media sosial seperti facebook dan status whatshap.

Cara penjualan yang dilaksanakan oleh catering RH kue and cookies setara dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Putri & Muhammad, 2022) yang

ANALISIS ASPEK DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN DI RH KUE AND COOKIES SOCAH BANGKALAN

mengatakan kalau *digital marketing* adalah sebagian cara cukup efektif agar konsumen tertarik. Hal tersebut disebabkan bahwa keuntungan yang didapat bukan hanya sekedar tempat yang digunakan untuk menawarkan produk dan keutuhan berita yang didapatkan, selain itu dapat digunakan untuk menyebar luaskan berita yang lebih interaktif, sehingga melahirkan kesadaran atas instansi dan produk, serta mendapatkan berita yang digunakan sebagai pijakan untuk melaksanakan *market research*. sebab itu, penggunaan media sosial seperti instagram, facebook, whatshapp, dan lainnya disunakan menjadi tempat buat memasarkan produk merupakan tahapan yang akurat. (Tas'yana, dkk, 2022) menyatakan kalua sekitar 43,1 % pemakai dalam berbelanja melalui media sosial.

Dampak penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan produk catering RH kue and cookies

Dari hasil wawancara dapat memahami akibat dari pengimplementasian *digital marketing* yang dilaksanakan oleh owner catering RH kue and cookies untuk memajukan pemasaran produknya. Dari pandangan narasumber ia menyatakan kalau dampak dari pemasaran *digital marketing* dapat meningkatkan penjualan produknya. Yang mana pada awalnya produknya hanya dikenal oleh tetangga dan lingkungan sekitar dapat menyebar lebih luas lagi. Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa dampak dari penerapan *digital marketing* dalam meningkatkan produk catering RH kue and cookies menunjukkan positif dalam penjualan produknya. Yang mana dengan menerapkan *digital marketing* dapat memudahkan konsumen untuk menemui/mendapatkan produk dari catering RH kue andcookies.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Nur ainun, dkk, 2023). Yang menyatakan bahwa media sosial berdampak positif bagi manusia sehingga penyebaran begitu mudah dan cepat, memperluas pergaulan, dan juga memudahkan untuk melakukan bisnis dan sebagainya.

KESIMPULAN

Menurut pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran catering RH kue and cookies membuat perubahan dalam mempromosikan produknya yang sebelumnya tradisional kemudian mempromosikan produknya melalui *digital marketing*

yang berupa media sosial yang mana digunakan untuk memberitahukan dan berhubungan secara langsung kepada pelanggan. Sosial media yang dimanfaatkan berupa facebook dan juga whatsapp. Platform tersebut cukup berhasil untuk dimanfaatkan dalam memberitahukan produk catering RH kue and cookies dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Adapun mengimplementasikan *digital marketing* yang dipandu media sosial, supaya membantu pelanggan dalam berbelanja dimanapun, kapanpun yang terjamin untuk dipakai sebagai media untuk meningkatkan pemasaran.

Saran

Peneliti ingin memberikan saran agar UMKM catering RH kue and cookies dapat lebih menyebar luaskan lagi dalam menawarkan produknya di media sosial yang cocok dengan kebutuhan serta tujuan dari si konsumen. Sehingga dapat mempertahankan pemasaran produknya yang mana sudah ada saat ini yang mana nantinya penjualan dari kue and cookies itu sendiri bisa bertahan lama sehingga dapat meningkat seterusnya dengan lebih baik

DAFTAR REFERENSI

- Achmad Subadar, Adji, Muhammad Rafli, Nurma Fauzilah, Frederica Andrea Antonia Bertama Heus, and Anis Nusron. *Why Digital Marketing?* Yogyakarta: CV. BintangSemesta Media, 2022.
- Ayu Larasati, Yana, Adhi Pradiptya, and Mita Mawardani. “Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati.” *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 20, no. 4 (2022): 397–402. <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/6055>.
- Budi Harto, Abdul Rozak, and Arief Yanto Rukmana. “Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image.” *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 7, no. 1 (2021): 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.546>.
- DataReportal.com. “Digital 2024: Indonesia.” www.DataReportal.com, 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>.

ANALISIS ASPEK DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN DI RH KUE AND COOKIES SOCAH BANGKALAN

- Emily Napitupulu, Gina, and Remista Simbolon. “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENJUALAN INDIHOME (STUDI PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA DI DAERAH BSD TANGERANG SELATAN).” *Jurnal Ekonomi DanBianis* 15, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.
- Hanyfah, Siti, Gilang Ryan Fernandes, and Iwan Budiarso. “Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash.” *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)* 6, no. 1 (2022): 339–44. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>.
- Hasibuan, Cindy Ariza. “Analisis Pengaruh Manajemen Strategi Teknologi Digital Terhadap Perkembangan Pelaku Bisnis E-Commerce Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 2 (2023): 3237–50.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Syrabaya: Cetakan Pertama, 2019.
- Irfani, Hadi, Fitri Yeni, and Rika Wahyuni. “Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0.” *JCES (Journal of Character Education Society)* 3, no. 3 (2020): 651–59.
- Kelly Sawlani, Dhiraj. *KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE: KUALITAS WEBSITE, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021
- Lestari, Putri, and Muchammad Saifuddin. “Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19.” *Jurnal Bisnis Terapan* 5, no. 1 (2021): 115-24. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>.
- Sanjaya, Ridwan, and Josua Tarigan. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex MediaKomputindo, 2009.
- Siregar, Nur Ainun, Liida Nova Lista, Fajar Daniel Samosir, and Purnama Ramadani Silalahi. “Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Umkm Di Laut Dendang Kec.Percut Sei Tuan.” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 1 (2023): 123–29.
- Sudirjo, F, T Purwati, W Widystuti, Y U Budiman, and ... “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E- Commerce.” *Jurnal Pendidikan* ... 7 (2023): 7524–32. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422%0Ahttps://jptam.org/index.p>

- hp/jpta.m/article/download/7422/6136.
- Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Syah, Arman. *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: CV. Widia MediaUtama, 2021.
- Syukron, Syukron, Amron Zarkasih, Siti Lam'ah Nasution, Muhammad Raja Siregar, and Rika Syahmewah Munthe. "Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM." *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2022): 159–64. <https://doi.org/10.54951/comsep.v3i2.282>.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana. *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022.
- Yuliana, Oviliani Yenty. "Penggunaan Teknologi Internet." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 2, no. 1 (2000): 36–52.
- Zelviean Adhari, Lendy. *KEPUASAN PELANGGAN & PENCAPAIAN BRAND TRUST*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020