

DAFTAR PUSTAKA

- Fakultas Ekonomi UNJ. (2023). Pedoman skripsi – riset sarjana terapan. Jakarta: FEUNJ.
- Abdulah, W. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Grand Tryas Hotel Cirebon Pada Program Staycation. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3.
- Afnan, A. (2018). Pengukuran Keberhasilan Penggunaan E-Ticketing Pt Kereta Api Indonesia (Kai) Dengan Modified Delone Dclean. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 3.
- Al., D. et. (2022). Implementasi digital branding pada umkm bidang kuliner di kota malang dalam rangka akselerasi umkm go-digital. *JP2T*, 3.
- Al., F. et. (2023). Pengaruh pengalaman pelanggan, kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen, dan electronic word of mouth terhadap niat beli ulang pada pengguna aplikasi shopee di kota purwokerto. *LPPM UMMAT*, 2.
- Al., S. et. (2020). Startup Valuation by Venture Capitalists: An Empirical Study Indonesia Firms. *International Journal of Control and Automation*, 13.
- Al., T. et. (2020). Barriers toward purchasing from online travel agencies. *International Journal of Hospitality Management*.
- Al., V. et. (2022). Digital marketing communication strategy as means to enhance digital branding. *Revista Espacios*, 43.
- Alatas, U. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Adanya Sangsi Adat (Studi Kasus di Desa Pinang Merah Kecamatan Pamenang Barat Kabupaten Merangin Provinsi Jambi). *Jurnal Cendekiawan Ilmiah*, 6.
- Andarusni, M. (2020). Seni mengelola data: penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5.
- Andi Rochiyanto et al. (2021). Implementasi Digital Branding sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Industri Kreatif Rumah Tangga. *COMMUNITY EMPOWERMENT*, 6.
- Clara. (2019). Time to Change's social marketing campaign for a new target population: results from 2017 to 2019. *BMC Psychiatry*, 19.
- Didy, I. (2021). *Marketing Campaign: Kunci Keberhasilan Bisnis yang Wajib Kamu Tahu*. Glints.Com. <https://glints.com/id/lowongan/marketing-campaign-adalah/#apa-itu-marketing-campaign>

- Dwijulianti. (2023). Pengaruh e-service quality, e-trust, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, keamanan data, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile jkn. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2.
- Fadly, S. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5.
- Fauzi, S. (2023). Faktor Keberhasilan Startup Digital Berdasarkan Kepemimpinan Implikasinya terhadap Ketahanan Pribadi. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7.
- Fauziah. (2019). Pengembangan aplikasi pemesanan tiket travel berbasis web dengan optimasi jalur penjemputan penumpang (studi kasus:beruang travel). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3.
- Ferbita et al. (2020). Strategi digital branding lembaga ilmu pengetahuan indonesia (lipi) melalui media sosial. *ACTA DIURNA*, 16.
- Fhonna. (2021). Sistem informasi pemesanan tiket pesawat via online berbasis web pada bandara malikussaleh. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 5.
- GoodStats. (2022). *Aplikasi Traveling Pilihan Masyarakat Indonesia untuk Liburan Tahun Baru 2023*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/aplikasi-traveling-pilihan-masyarakat-indonesia-untuk-liburan-tahun-baru-2023-Pv23F>
- He, H. (2020). The impact of COVID-19 Pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*.
- Heriyanto. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *ANUVA*, 2.
- Hidayanto, K. (2020). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa.com). *Jurnal KOMUNIKATIF*, 9.
- Isdarmanto et al. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4.
- Kompas.com. (2022). *Usai Pandemi Muncul Fenomena "Revenge Traveler", Apa Itu?* Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2022/04/27/144542427/usai-pandemi-muncul-fenomena-revenge-traveler-apa-itu?page=all>
- Kompasiana. (2019). *Teknologi Aplikasi Tiket Online Mempermudah Masyarakat dalam Membeli Tiket*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/rivanoktavianus/5c9078260b531c29151f5d82/teknologi-aplikasi-tiket-online-lebih-mempermudah-masyarakat-dalam-membeli-tiket>

- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6.
- Lestari, S. (2019). Social Media Branding Strategy in Startup Business: A Case of PickPack Strategi Branding Media Sosial pada Bisnis Startup: Kasus PickPack. *JURNAL SEKRETARIS & ADMINISTRASI BISNIS*, 3.
- Miftahul. (2019). Digital branding hotel kolektif bandung melalui instagram untuk pangsa pasar generasi z. *E-Proceeding of Management*, 6.
- Nastiti, A. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan taksi new atlasdi kota semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8.
- Nazir, F. (2023). Destination branding through social media: juxtaposition of foreign influencer's narratives and state's presentation on the event of Pakistan Tourism Summit 2019. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- Novia, M. A. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk TerhadapKepuasan Pelanggan. *TATA KELOLA*, 7.
- Nur'aini, D. (2020). Penerapan metode studi kasus yindalam penelitian arsitekturdanperilaku. *INERSIA*, 16.
- Ozali, I. (2022). Analisis perubahan sistem refund tiket pesawat terhadap minat beli pelanggan maskapai garuda indonesia. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*, 2.
- Phelan et al. (2018). Digital personalities: an examination of the online identity of travel and tourism web sites. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4.
- Pro.Similarweb.com. (2023). *Compare engagement Traveloka and Tiket.com*. Pro.Similarweb.Com.
https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/3m?webSource=Total&key=traveloka.com%2Ctiket.com
- Rahadi, D. R. (2020). Peran customer service dalam mendukung kompetensi pegawai pada perusahaan. *JIMEA*, 4.
- Rahardjo, S. (2019). Valuation model using a mixed real options method: a review on Singapore and Indonesia digital startups. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 308.
- Ratni, D. (2022). *Digital Branding: Pengertian dan Strategi Penerapannya pada Bisnis*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/digital-branding/>
- Rayasa, R. F. (2019). Strategi komunikasi customer service pt. Jne cabang utama samarinda dalam menangani kasus keluhan pelanggan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 7.

- Revita, T. (2022). *Apa itu Marketing Campaign dan Cara Membuatnya*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-marketing-campaign-dan-cara-membuatnya>
- Ridho. (2023). Strategi branding tiket.com dalam meningkatkan citra melalui media sosial instagram. *Jurnal Darma Agung*, 31.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17.
- Rohadian, S. (2019). Upaya membangun customer engagement melalui media sosial instagram (studi kasus: online shop yang menjual produknya sendiri). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 2.
- Setiawan, W. (2021). The effect of trust on travel agent online use: Application of the technology acceptance mode. *International Journal of Data and Network Science*, 5.
- Silalahi. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian (studi pada furendori betta jakarta selatan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Sukmasetya, P. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB*, 4.
- Susanti, S. dan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, 1.
- Susanto. (2019). Pengaruh harga, e-servqual, dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi online travel agent (ota) terhadap loyalitas pengguna aplikasi ota di surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7.
- Syukri, A. (2022). Analisis audit operasional atas sistem akuntansi return/refund penjualan serta peranannya terhadap omzet: pada pt. M 10 tanjung siapi-api palembang. *Jurnal Perspektif*.
- Uptown.id. (2020). *10 Cara membangun digital branding untuk bisnis kamu*. Uptown. <https://uptown.id/id/2020/06/17/10-cara-membangun-digital-branding-untuk-bisnis-kamu/>
- Venkatesh Shankar et al. (2022). Digital marketing communication in global marketplaces: A review of extant research, future directions, and potential approaches. *International Journal of Research in Marketing*, 39.
- Wawat Setiawati et al. (2022). Digital branding Kantor Arsip Universitas Padjadjaran dalam upaya penguatan reputasi. *PROfesi Humas*, 6.
- Yunita, A. (2021). Ketidakmerataan bantuan langsung tunai dimasa pandemi covid-19

pada masyarakat kurang mampu di desa carawali kabupaten sidrap. *Pinisi Journal Of Sociology Education Review*, 1.

Yunus, U. (2022). *Digital branding teori dan praktek*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/profile/Ulani-Yunus-2/publication/363923751_DIGITAL_BRANDING_TEORI_DAN_PRAKTEK/links/63353c0fff870c55cee59027/DIGITAL-BRANDING-TEORI-DAN-PRAKTEK.pdf

Yusra et al. (2021). Pengelolaan LKP pada masa pendmik covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4.

Yusuf. (2020). Pengaruh konten pemasaran shopee terhadap keputusan pembelian pelanggan. *JMPIS*, 1.