

DAFTAR PUSTAKA

- Abdylah, M. R. T. (2024). Digital Marketing pada Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit. *DPOAJ: Dohara Publisher Open Access Journal*, 1(1), 27–32. <http://dohara.or.id/index.php/isjbems%7C27>
- Amelia, R. dan A. R. R. (2021). *Sistem Informasi Kesehatan*. Deepublish.
- Ayuni Putri, L., Nur Wulan, M., Fihartini, Y., Asri Siti Ambarwati, D., & Pandjaitan, D. R. (2022). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital Pada BUMDes Artha Jaya, Desa Yogyakarta Selatan (The Assistance of Digital Marketing Development at Artha Jaya Village-Owned Enterprise (BUMDes), Yogyakarta Selatan Village). *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(1), 55–66.
- Budiyatno, K. C., Pascasarjana, P., Administrasi, K., Sakit, R., & Administrasi, D. (2022). Transformasi Digital Sebagai Bagian Dari Strategi Pemasaran Di Rumah Sakit Siloam Palangka Raya Tahun 2020. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 8(2), 66–73.
- Bur, N., & Suyuti, S. (2019). Hubungan bauran pemasaran dengan pemanfaatan layanan kesehatan pasien umum rawat inap RSUD kota Makassar. *Promotif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(0451), 53–64.
- Burhanuddin, N., & Suyuti, S. (2020). Hubungan Faktor Pendukung Customer Relationship Manajemen dengan Loyalitas Pasien Poli Interna Ratulangi Medical Centre. *Window of Health: Jurnal Kesehatan*, 3(1), 10–17. <https://doi.org/10.33368/woh.v0i0.220>
- Chaffey. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning Optimizing and Integrating Online Marketing*, <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003009498/digital-marketing-excellence-dave-chaffey-pr-smith,london>, 676
- Darmawijaya, Muhardi, & Chaidir, R. (2023). Analisis Kualitas Web Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Membangun Keputusan Pasien Untuk Menggunakan Layanan Rumah Sakit Melinda 2 Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(3), 161–170. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i3.5710>
- Dewi Pratiwi, R., Ir Hj Marhawati, Mk., Ryryn Suryaman Prana Putra SKM, Ms., Arifin, Mk., Hj Sitti Hasbiah, M., Nuraisyiah, Ms., Nurdiana, Mp., Nur, Ms., Fatoni, Ms., Sri Astuty, M., Ir Hj Besse Dahliana, Ms. A., Ilma Wulansari Hasdiansa, M., & Hj Afriyana Amelia Nuryadin, M. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Hanung, A., Tinah, & Fidiana, A. R. (2018). Pelayanan kebidanan adalah keluarga berencana bagian integral dari sistem pelayanan kesehatan yang diberikan

oleh bidan yang telah terdaftar (teregistrasi) yang dilakukan atau secara.
Jurnal Kebidanan, 10(01).

- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Hilmy Aliy Andra Putra, Muhamad Fikri, Ali Alamsyah Kusuma Dinata, & Irma Purnamasari. (2023). Strategi Kreatif Untuk Meningkatkan Efektivitas Fasilitas Digital Marketing. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1238–1245.
- Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Qurtubi, Q., Wahyudhi Sutrisno, & Chancard Basumerda. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 121–128. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>
- Julia, M., & Jiddal Masyruroh, A. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.895>
- Laksmi Jaya, D., & Andriani, H. (2023). Efektivitas Penerapan Teknologi Digital Marketing Di Pelayanan Kesehatan (Literature Review). *BEST Journal (Biology Education, Sains and Technology)*, 6(1), 162–168. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/best/article/view/6668>
- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Manshur, A. (2019). strategi pengembangan kedisiplinan siswa. *Pendidikan Islam*, 4(1), 95–113 , <https://journal.unugiri.ac.id/index.php/al-ulya/article/view/729>
- Mutiarahati, W. S. wijaya & N. P. I. R. (2022). Penggunaan Strategi Digital dalam LayananKesehatan Rumah Sakit. *Indonesian Journal of Health Research*, 5(1), 38–43.
- Nurhikma, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek): Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646–656.
- Nuslih Jamiat 1, & Cahyadi Supyansuri 2. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.406>
- Pasaribu, T. (2020). *Pelayanan kesehatan pasien di puskesmas bintang menggunakan metode waiting line*. XII(2), 178–185.
- Qomariyah. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan: Product

Design, Distribution Channel dan Digital Marketing (Literature Review). *Youth & Islamic Economic Journal*, 04(01), 20–26.

- Raden, N. Y. I., Rustiati, R., Manajemen, P. M., Pascasarjana, F., & Pasundan, U. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP CITRA “ THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON CAMPANY IMAGE AND ITS IMPLICATIONS ON THE DECISION MAKING OF HOSPITAL SERVICES PURCHASES .” *Artikel*.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., & Firmansyah, H. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In *Insania* (Issue September).
- Riyanto, J., & Muchayatin, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 49–56. <https://doi.org/10.55606/jimak.v2i1.899>
- Saadah, N. N., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Aisas Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1153–1164. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3139>
- Sembiluh, D., & Sulistiadi, W. (2022). Analisis Implementasi Pemasaran Digital di Rumah Sakit pada Pandemi COVID-19: Literatur Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(3), 224–232. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i3.2135>
- Silalahi, S., & Rufaidah, P. (2018). *The Role of Digital Customer Experience on Customer Loyalty*. 46, 468–472. <https://doi.org/10.5220/0007084204680472>
- ULFA, R. (2017). *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sirela Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Di Bmt Walisongo Mijen*. 13–26.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 11–36.
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26.
- Yanti1, A. puja, Usman2, A. M., & Retno Widowati3. (2024). *Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Membangun Jaringan Bisnis pada Cv Kylafood Indonesia*. 8, 5502–5511.
- Zein, A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Via Media Online. *Engineering And Technology International Journal*, 5(3), 1–9.