

interaksi *digital* dengan konsumen sebagai salah satu cara promosi tanpa biaya.

2. Konsisten dalam memberikan pelayanan dan hasil produk diantaranya dengan menjaga kenyamanan konsumen baik dari segi tempat, ataupun interaksi, serta menjaga kepercayaan konsumen dengan tetap konsisten memberikan jaminan atas produk yang dibelinya.
3. Memberikan kemudahan konsumen mengakses atau menjangkau Studio Warnails, diantaranya dapat berupa muatan informasi yang diunggah seperti info reservasi, biaya, lokasi, dan rekomendasi, sehingga konsumen merasa terbantu dalam pencarian informasi terhadap Studio Warnails.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. (2023). Dampak Gender pada Pembelian Produk Perawatan Wajah di Negara Beriklim Tropis. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 368. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1274>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Pengaruh Konten Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Program Studi Di Manajemen Universitas Buana Perjuangan

- Karawang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944.
<https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4854/http>
- George.R, T., & Leslie.W, R. (2019). *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (F. S. Bunga (ed.); REVISI). Bumi Aksara.
- Huda, M. N. (2019). Manajemen Pemasaran. *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, VIII(September 2019), 25.
- Isyanto, P., & Wijayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Owner*, 6(2), 2101–2111.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.818>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1.
<https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN JD.id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.349>
- Ma'ruf, S. (2023). Analisis Pendapatan Masyarakat di Madiun dalam Mencukupi Kebutuhan (Utilitas). *Social Science Academic*, 1(1), 119–128.
<https://doi.org/10.37680/ssa.v1i1.3317>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mayangsari, A. D. (2023). *Pengaruh antara Efikasi Diri, Personal Hygiene, dan*

Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan di PT Mitratani Dua Tujuh.
21200181000007.

Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 97–112.
<https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>

Nugroho, A. S. (2021). *Digital Marketing: Teori dan Implementasi* (Guepedia (ed.)). Guepedia.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=yNNWEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=teori+digital+marketing&ots=L4jZ-FnYkl&sig=IexnCDQjVX1gf8v6tLNn4tECH0o&redir_esc=y#v=onepage&q=teori+digital+marketing&f=false

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 906. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>

Rengganis, N., Yusuf, M., & Hardjono. (2017). Hubungan antara Stereotip Daya Tarik Fisik dan Kesepian dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Psikologi*, 8(16), 1–14.
<https://jurnal.uns.ac.id/wacana/article/view/5210>

- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Suciati, T. (2020). Pengembangan Bahan Ajar Buku Cerita Bergambar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 1(5), 3–6.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Sutisna, N. W., & Effane, A. (2022). Fungsi Manajemen Sarana dan Prasarana. *Jurnal Karimah Tauhid*, 1(2), 227–233.