

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37.
- Nielsen, J. (2020). *Usability heuristics for user interface design*. Nielsen Norman Group.
- Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2001). *Introduction to e-commerce*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Indrawan, R. (2023). Pengaruh desain visual Instagram terhadap kepercayaan konsumen. *Jurnal DKV Nusantara*, 5(1), 12–21.
- Hidayat, A. R., & Wardhana, D. E. (2022). Strategi komunikasi digital dalam meningkatkan brand awareness pada UMKM di masa pandemi. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 45–56.
- Iskandar, R. (2021). Strategi komunikasi digital dalam membangun reputasi bisnis konstruksi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(2), 101–112.

- Prasetyo, D., & Suhartono, H. (2023). Website sebagai media promosi dan pembangunan kepercayaan konsumen. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 11(3), 77–88.
- Putri, A. P., & Yusuf, E. Z. (2021). Efektivitas copywriting dalam komunikasi pemasaran digital. *Jurnal Komunikasi UB*, 13(2), 89–99.
- Maulana, R. A., & Hapsari, R. (2020). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi pada industri jasa. *Jurnal Komunikasi UMM*, 8(1), 34–47.
- Kurniawan, T., & Hasanah, N. (2021). Strategi promosi digital dalam menarik minat konsumen pada usaha jasa. *Jurnal Bisnis Digital*, 4(1), 22–30.
- Setiawan, D., & Fajar, M. (2018). Pengaruh media sosial terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa renovasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 6(2), 99–108.
- Nuraini, R., & Lestari, D. (2019). Copywriting dalam pemasaran digital dan dampaknya terhadap brand image. *Jurnal Komunikasi Visual Indonesia*, 7(1), 45–52.
- Nasution, M. D. (2020). Media digital dan kepercayaan pelanggan dalam jasa konstruksi. *Jurnal Manajemen Strategik*, 11(1), 13–25.
- Hapsari, M., & Widodo, P. (2022). Strategi komunikasi brand pada media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Online*, 5(2), 63–72.
- Syahputra, A., & Ridwan, M. (2019). Copywriting dan kredibilitas konten di media digital. *Jurnal Literasi Komunikasi*, 3(2), 33–40.
- Rohmah, S. N., & Ramadhan, A. (2021). Strategi visual Instagram dalam membangun branding usaha jasa. *Jurnal DKV Digital Nusantara*, 4(1), 15–23.
- Hanif, A. R., & Yuniarti, D. (2020). Website interaktif sebagai sarana promosi bisnis jasa. *Jurnal Desain dan Teknologi Digital*, 2(1), 28–36.
- Amalia, S., & Wulandari, T. (2021). Peran konsistensi visual dalam komunikasi digital bisnis. *Jurnal Branding Digital*, 5(2), 55–64.
- Fitria, N., & Pradana, A. (2020). Optimalisasi media sosial dalam membangun kepercayaan pelanggan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 9(1), 67–76.
- Yuliana, A., & Cahyono, T. (2019). Efektivitas strategi komunikasi digital pada perusahaan jasa. *Jurnal Komunikasi & Media Indonesia*, 6(2), 102–113.

- Hamid, L., & Darmawan, B. (2023). Inovasi digital marketing untuk UMKM sektor jasa. *Jurnal Inovasi Bisnis Digital*, 7(1), 11–22.
- Salim, S., & Hidayati, N. (2021). Social proof dalam strategi pemasaran digital. *Jurnal Digital Influence*, 4(2), 78–85.
- Yuliasari, F. A., & Nugroho, D. (2018). Website sebagai media kepercayaan pelanggan. *Jurnal Sistem Informasi dan E-Commerce*, 3(2), 91–98.
- Dewi, M. (2020). Copywriting efektif dalam platform digital: Studi pada sektor jasa. *Jurnal Komunikasi Terapan*, 8(1), 20–32.
- Nurhayati, R., & Sari, D. (2023). Branding digital berbasis visual dalam industri kontraktor. *Jurnal Riset Branding Digital*, 6(1), 39–50.
- Wijaya, R. M. (2021). Interaksi digital dan trust building. *Jurnal Interaksi Komunikasi Digital*, 3(2), 77–90.
- Munawaroh, E., & Saputra, M. D. (2019). Strategi komunikasi pemasaran online: Studi pada usaha konstruksi. *Jurnal Pemasaran dan Media Digital*, 7(1), 60–71.
- Kominfo. (2021). Tren penggunaan internet dan media sosial di Indonesia. Retrieved from <https://kominfo.go.id/>
- Datareportal. (2024). Digital 2024: Indonesia. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- McKinsey & Company. (2022). The state of digital marketing in Southeast Asia. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/>
- Oberlo. (2023). Instagram statistics 2023. Retrieved from <https://www.oberlo.com/statistics/instagram-statistics>
- Dandanoma Maha Agung. (2025). www.dandanoma.com [Situs resmi perusahaan].