

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, A. (2025). *Profil Klub Persebaya Surabaya: Sejarah, Identitas dan Ambisi di Super League 2025/2026* Artikel ini telah tayang di Surya.co.id dengan judul *Profil Klub Persebaya Surabaya: Sejarah, Identitas dan Ambisi di Super League 2025/2026*, <https://surabaya.tribunnews.com/2025/07/30/profil-klub-persebaya-surabaya-sejarah-identitas-dan-ambisi-di-super-league-20252026>
- Afriani, W. N., Hermawan, A., & Jasman. (2025). Dampak E-commerce terhadap Perilaku Konsumen : Studi Perbandingan Studi Kasus Belanja Online dan Offline di Kabupaten Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 197–208. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v3i1.1233>
- Amanah, S. N., & Yuliana, L. (2025). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Daintys Handmade. *MASMAN: Master Manajemen*, 3(2), 257–270. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i2.842>
- Ardiyanti, S. (2025). *Strategi Pemasaran: Manfaat, Tahapan, dan Contoh Suksesnya*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/strategi-pemasaran/>
- Asy'Ari, A. I. (2025). *Terima Kasih Bonek! Jumlah Penonton Kandang Persebaya Surabaya Tembus 250 Ribu Orang Sepanjang Musim 2024/2025*. Jawa Pos Grup Multimedia. <https://www.jawapos.com/sepak-bola-indonesia/016084700/terima-kasih-bonek-jumlah-penonton-kandang-persebaya-surabaya-tembus-250-ribu-orang-sepanjang-musim-20242025>
- Audina, Z. P., Dewi, S., Agustina, R. R., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Media Digital Marketing Pada UMKM (Studi Kasus Mie Rate). *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(1), 1–8.
- Auzan, F. B., & Sukardani, P. S. (2022). Positioning Persebaya Store Dalam Membentuk Fashion Lifestyle. *Universitas Negeri Surabaya*, 5(01), 44–55.
- Binus Institution. (2024). *Jenis-Jenis Digital Marketing yang Wajib Kamu Ketahui*. Binus University. <https://binus.ac.id/bandung/2024/10/jenis-jenis-digital-marketing-yang-wajib-kamu-ketahui/>
- Dwi, A. (2023). *Pengertian Manajemen Pemasaran, Tujuan, Beserta Contohnya*. UMSU: Program Pascasarjana. <https://pascasarjana.umsu.ac.id/pengertian-manajemen-pemasaran-tujuan-beserta-contohnya/>
- Emosijiwaku, T. M. (2025). *Makna Jersey Persebaya Musim 2025/2026*. Emosi Jiwaku. <https://emosijiwaku.com/2025/08/07/arti-dan-makna-jersey-persebaya-musim-2025-2026/>
- Empathanussa, D., & Hardiningrum, I. S. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 69–94.
- Ernantyo, Y. E., & Febry, T. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat

- Beli Ulang Pada Kafe Kisah Kita Ngopi. *K&K Jurnal Manajemen*, 1(2), 107–127.
- Feriyati, I., & Deslia, I. F. (2024). Strategi Digital Marketing Communication Maestro Parfum Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 07(01), 23–32.
- Fitriani, A. N. (2025). *Mengapa Orang Indonesia Sangat Mencintai Sepak Bola?* IDN Times. <https://www.idntimes.com/sport/soccer/orang-indonesia-mencintai-sepak-bola-c1c2-01-3kz8p-rq2cnm>
- Fransisco, A. (2025). *Makna Jersey Anniversary Persebaya ke-98, Didesain Khusus untuk Bonek!* Harian Disway. <https://harian.disway.id/read/882992/makna-jersey-anniversary-persebaya-ke-98-didesain-khusus-untuk-bonek>
- Gazali, L., & Ekawanto, I. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty Dan Brand Attitude Terhadap Purchase Intention Pada Aplikasi Marketplace. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 2269–2278.
- Haidar, D. (2024). *Pengertian Digital Marketing Menurut Para Ahli*. POLTEK SCI: Siber Cerdika Internasional. <https://polteksci.ac.id/blog/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli/>
- Hakim, A. K., Arfiyansyah, Afgan, S. Al, & Kusuma, Y. A. (2025). Marketing Communication Strategy of " Persebaya Fourth Jersey 2024 " Through Instagram @ persebayastore. *Digicom: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(3), 6–10.
- Harto, B., Pramuditha, P., Rukmana, A. Y., Sofyan, H., Rengganawati, H., Dwijayanti, A., & Sumarni, T. (2023). Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *KOMVERSAL: Jurnal Komunikasi Universal*, 5(2), 244–261. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1499>
- Hibata. (2024). *Sejarah Persebaya Surabaya, Klub Sepak Bola dari Kota Pahlawan*. Hibata.ID: Melihat Lebih Jernih. <https://hibata.id/sejarah-persebaya-surabaya-klub-sepak-bola-dari-kota-pahlawan/>
- Hidayat, K. S. (2025). *Kiprah Strategi Pemasaran, dari Tradisional Sampai Modern*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenali-media-yang-digunakan-dalam-strategi-pemasaran-tradisional/>
- Irena, L., & Augustine, M. (2025). Pengembangan Branding dan Komunikasi Visual UMKM Kedai Nita. *Jurnal Serina Abdimas*, 3(2), 345–354.
- Julianto, N. P., & Indra, N. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Online di Kalangan Generasi Z pada Platform E-(Putra, 2024)Commerce Shopee. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 186–195.
- Laila, N., Tarmizi, I., & Septiani, W. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM Di Tengah Covid 19 Studi Kasus Di UMKM Depok. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 20(1), 77–88. <https://doi.org/10.52330/jtm.v20i1.51>
- Mahar, M. I. (2023). *Gelora "Fashion" Surabaya Lewat Jenama Persebaya*. KOMPAS: Amanat Hati Nurani Rakyat.

- <https://www.kompas.id/artikel/gelora-fesyen-surabaya-lewat-jenama-persebaya>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Margaretta, S. (2025). *Media Sosial Menjadi Platform Komunikasi Modern di Era Digital*. Telkom University. <https://mcomms.telkomuniversity.ac.id/s2-ilmu-komunikasi-media-sosial-platform-komunikasi-modern/>
- Mohamadi, R. F. (2025). *11 Ide Strategi Pemasaran: Pengertian, Tujuan, dan Contoh*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-3-langkah-mudah-membuat-strategi-pemasaran-untuk-bisnis-anda/>
- Mustakim, N., & Priyono, B. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 1–12.
- Novanzah, T., & Hakimah, E. N. (2025). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Popularitas dan Fanbase pada Klub Sepak Bola Persik Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4, 1401–1406.
- Paninggiran, Watie, & Arvianto. (2022). Peningkatan Kemampuan Branding Produk Peserta Didik Smk Kompetensi Keahlian Kuliner. *Jurnal Tematik*, 4(2), 186–189.
- Persebaya, T. M. (2021). *Pandemi, Bonek Tetap Borong Jersey Anniversary*. Persebaya Surabaya Official Website. <https://www.persebaya.id/r/2556/pandemi-bonek-tetap-borong-jersey-anniversary>
- Prasetyani, I. (2024). *Pengaruh Service Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Customer Satisfaction (Studi Kasus Restaurant Mie Gacoan Kota Semarang)*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Prawira, Y., Fatihudin, D., Mulyana, P. A., & Firmansyah, M. A. (2024). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image: Evaluasi Segmentasi Pasar Di Persebaya Store Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 191–204.
- Prayoga, K., Mukhsin, A., & Yulius, Y. (2024). Strategi Promosi Untuk Mendorong Minat Beli Konsumen Madcoco Di Jakarta. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(3), 259–265. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i3.4272>
- Puspita, R. A. D., & Kusumasari, I. R. (2024). Implementasi Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Layanan Biro Jasa Pada PT . Otak Kanan. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(2), 297–306.
- Quenby, C. C., & Ikaningtyas, M. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM Pakan Super Klasik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 90–96.
- Rahardjo, R. P. E. (2024). *Persebaya Surabaya Wajib Menangan dan Menjadi Juara: Tentang Brand Loyalty dan Suporter Rasa Customer*. Mojok Suara Orang Biasa. https://mojok.co/esai/persebaya-surabaya-wajib-menangan-dan-menjadi-juara/2/#goog_rewarded

- Rania, D. (2022). *Apa Itu Loyalitas? Pengertian, Bentuk, hingga Indikatornya*. Rumah Web. <https://blog.rumahweb.com/loyalitas-adalah/#:~:text=Loyalitas akan selalu tercipta saat,percaya dengan kualitas merek terse>
- Rosanti, M., & Wirawan, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa/Mahasiswi STIA Tabalong). *JAPB: Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 1408–1422.
- Sadya, S. (2022). *Penggemar Sepak Bola Indonesia Terbanyak di Dunia pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/olahraga/detail/penggemar-sepak-bola-indonesia-terbanyak-di-dunia-pada-2022>
- Santosa, S., Syahada, A. P., & Yanto, R. T. Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Pospay Loker Kantor Pos Cabang Majalengka 45400. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 14(2), 18–34.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d*. Penerbit ALFABETA.
- Suwardi, & Putri, S. A. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Samsung : Studi Kasus di Kota Bekasi. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 130–141. <https://doi.org/10.59696/investasi.v3i2.141>
- Timang, J., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Fellow Coffee Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 12(4), 391–402.
- Trisuwalo. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dalam Industri Sepak Bola*. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/trisuwalo5562/64b7d08a4addee46203bca53/strategi-pemasaran-digital-dalam-industri-sepak-bola?page=2&page_images=1
- Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV . Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2016–2023.
- Venturoli, E. (2025). *Apa Perbedaan Antara Manajemen Olahraga dan Pemasaran Olahraga?* RTR Sports Marketing. <https://rtrsports.com/id/blog/apa-perbedaan-antara-manajemen-olahraga-dan-pemasaran-olahraga/>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (M. Pradana (ed.); Cetakan Pe).
- Wijaya, H. D. (2023). Peran Branding Dalam Peningkatan Loyalitas Konsumen: Tinjauan Literatur Empiris. *JKPIM : Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(3), 200–210. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i3.560>
- Yadi, M., & Rifani, J. (2025). Management Strategies for Village-Owned Enterprises (BUMDES) in Support of Sustainable Development in Mawar Village, Amuntai Selatan Sub-District, Hulu Sungai Utara Regency. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 7(1), 58–67.

Indah Syapriani & Dela Putriana, d. (2025). Strategi Komunikasi Pengguna Media Sosial Dalam Mengelola Bahasa,. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1-9.

Putra, R. P. (2024, Agustus 15). *Jersey Baru Persebaya Surabaya Terjual 1.000 Potong dalam Sehari, Netizen Berharap Green Force Balas dengan Gelar Juara*. Diambil kembali dari Jawa Post: <https://www.jawapos.com/sepak-bola-indonesia/014980662/jersey-baru-persebaya-surabaya-terjual-1000-potong-dalam-sehari-netizen-berharap-green-force-balas-dengan-gelar-juara>

Saputra, S. M. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas, Produk dan Iklan Terhadap Niat Beli (Purchase Intention) Konsumen Minuman Fiber Collagen "Blash. *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 1- 20.