DAFTAR PUSTAKA

Abas, N. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Konsumen Pada Snackgi Di Banjer*. 1–116.

Abdul Kadir. (2020). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi. *Sistem Informasi*, *1*(4), 325–333.

Abdul Karim, Kusmanto, E. P. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, *1*(3), 85–88.

Abdyllah, M. R. T. (2024). Digital Marketing pada Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit. *DPOAJ: Dohara Publisher Open Access Journal*, *1*(1), 27–32.

Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2024). Analisis Faktor Yang Memperngaruhi Keputusan Masyarakat Pada Pemilihan Layanan Kesehatan Berdasarkan Teori Bauran Pemasaran. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *8*(3), 38–51.

Angraini, D., & Zulfa. (2021). *Jurnal Ilmu KesehAnalisis Pengaruh Brand image Terhadap Minat Ulang Pasien Rawat Inap dengan Word Of Mouth (WOM) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Rumah Sakit Swasta di Kota Padang)atan Masyarakat*. *4*(April), 277–286.

Ar, E. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Jumlah Konsumen Pada Cv . Eriska Hantaran. *Majalah Ilmiah Manajemen*, *12*(2), 41–48.

Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.

Aulia Yusuf, R., Hikmah Baharuddin, N., Megawati Syamsir, A., Fitrah Azizah, N., Luthfiani, E., & Awalia, N. (2021). Pengaruh sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku dan kesadaran halal terhadap niat pembelian produk makanan halal pada remaja Muslim di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*(1), 12–22.

Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *2*(2), 313–324.

Belen Fauziyyah, H. (2024). *Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM di Surabaya Utara dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi*.

Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat:*

Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, *2*(4), 376–386.

Bur, N., & Suyuti, S. (2019). Hubungan Bauran Pemasaran dengan Pemanfaatan Layanan Kesehatan Pasien Umum Rawat Inap RSUD Kota Makassar. *Promotif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, *9*(1), 53–64.

Burhan, L., & Sulistiadi, W. (2022). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Bagi Rumah Sakit. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *1*(1), 17–23.

Burhanuddin, N. (2020). *The Relation of Mixed Marketing with Patient Loyality in Syekh Yusuf Gowa General Hospital*. *20*(4). www.medicolegalupdate.org

Burhanuddin, N., Fajrin, S., & Aisyah, W. N. (2022). *Gambaran Penggunaan Media Komunikasi Sebagai Pusat Informasi Kesehatan*. *02*(02), 110–122.

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.

Deniswara, P., Handayani, N., & Wahyudi, B. (2024). *Analisis Faktor Pemasaran Digital yang Berpengaruh Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Diana Medika Bekasi*. *4*(1), 765–778.

Dwinanda, G., & Yuswari, N. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, *6*(1), 120–136.

Ekawati, S. S., & Andriani, H. (2022). Strategi bauran pemasaran kesehatan rumah sakit Yadika Pondok Bambu pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Medika Hutama*, *Vol 03 No*(Vol. 3 No. 02 Januari (2022): Jurnal Medika Hutama), 11.

Hakim, M., & Retnaning, S. (2022). Pengaruh Direct Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen DIversifikasi*, *2*(3), 689–696.

Kadek, I., Made, I., & Gede, I. (2024). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, *4*(1), 1752–1761.

Kristianawati, S., & Sulistyani, L. (2023). Strategi Pemasaran Digital Marketing Melalui Brand Awareness Dan Kepercayaan Dalam Mempengaruhi Keputusan Kunjungan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Indriati Boyolali. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, *10*(2), 301–314.

Lahus, A. S., Lamatokan, A. F., Meot, H. S., Niha, S. S., & Watu, E. G. C. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop*. *2*(2), 107–118.

Leindarita, B. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Rumah Tahfidz Qur'an*. *2*(10), 3589–3598.

Maqrifah. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Layanan Kesehatan Pada Instalasi Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rsia Sitti Khadijah 1 Muhammadiyah Makassar Tahun 2017. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Alaluddin Makasar*, 134.

Naningsi, N., Nurgahayu, & Sumiaty. (2022). Perilaku Pencarian Pengobatan Selama Pandemi Covid-19 Wilayah Kerja Puskesmas Bantimurung Kabupaten Maros. *Window of Public Health Journal*, *3*(1), 1922–1927.

Nasdini, Y. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *SSRN Electronic Journal*, *October*.

Nasta'in, A. F., Samad, A., & Sujatmiko, S. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, *7*(1), 38–52.

Nganro, S., Bur, N., & Nurgahayu. (2021). *Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Posyandu Lansia di Puskesmas Wara Selatan Palopo*. *02*(01), 157–166.

Nsahlai,Nsahlai, V., Khoase, R., Ndayizigamiye, P., & Dube, S. M. (2019). A. S. R. of D. M. in S. A. 143–162. https://doi. org/10. 4018/97.-1-5225-9697-4. ch00. V., Khoase, R., Ndayizigamiye, P., & Dube, S. M. (2019). *A Systematic Review of Digital Marketing in South Africa*. 143–162.

Nur Masyithoh, I., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, *7*(1), 109–126.

Nurfadhilah, Tijjang, B., & Rahmawat, L. (2021). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *8*(2), 132–139.

Nurgahayu, & Thamrin, H. (2023). *Integritas dan Kepercayaan Bidan untuk Menciptakan Kemitraan dengan Dukun di Kota Mamuju*. *14*(4), 2018–2021.

Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (20222). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi

Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Journal Pengabdian Masyarakat*, *2*(1), 60–72.

Prasetyo Wati, A., Aulia Marthe, J., & Indrawati, A. (2019). Digital Marketing. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

Putra, D. H., Octavia, A. N., & Laksono, P. A. (2024). The Influence of Digital Marketing, Brand Ambassador, and Price on Erigo Product Purchase Decision. *International Journal of Management, Business, and Social Sciences*, *3*(01), 15–25.

Rafiqah, Arman, Afrianty, F., & Buthanuddin, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien Di Puskesmas Paccerakkang Kota Makassar*. *1*(3), 186–196.

Rahmah, F., & Riyadi, S. (2025). *Pengaruh Iklan Media Sosial dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image dalam Keputusan Pembelian (Studi Kasus RS. BSH Bogor*. *4*(10), 7835–7852.

Rahmiati, & Anggita Temesvari, N. (2020). *Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang Tahun 2019*. *13*(1), 13–21.

Ridha, M., Sholeh, R., & Gidion. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Media Sosial dan Citra Perusahaan Terhadap keputusan Pembelian. (Studi kasus di dealer motor CV. Cahaya Bonanza Abadi Lamongan). *Emas*, *6*(2), 141–154.

Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, *1*(1), 360–371.

Sopiyan, P. (2022). *Pen.garuh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *13*(2).

Soulistia Soulisa, I., & Suryanto Hidayat, D. (2022). Persepsi Nilai, Kepercayaan, Kepuasan Dan Minat Pasien Berkunjung Ulang Dalam Situasi Pandemi. *Jurnal Magisma*, *x*(2), 165–175.

Sudarsono, A. T., & Rum, M. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo. *Agriscience*, *2*(2), 408–427.

Suryopratomo, A., & Jaelani, E. (2022). Digital Marketing Pengaruh Digital Marketing Dan Pilihan Produk Dalam Pengambilan Keputusan Minat Membeli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, *14*(1), 1–10.

Susanti, A., Razak, A., & Muchlis, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD

Labuang Baji Makassar pada Masa Pandemi Covid-19. *An Idea Health Journal*, *1*(02), 118–125.

Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, *5*(3), 204.

Theng, L., & Saputra, B. W. (2023). The Influence of Digital Marketing, Word of Mouth, and Quality of Service on Patients' Decisions to Visit Budi Medika Hospital Bandar Lampung. *International Journal of Science and Society*, *5*(5), 1034–1049.

Valentine, L., Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Akbar NPD Wahana, & Sholeha, A. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(4), 425–443.

Viani, I. A. G., Mitariani, E. W. N., & Imbayani, A. G. I. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kfc Di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMAS*, *3*(3), 35–43.

Wilson, G., Johnson, O., & Brown, W. (2024). *The Influence of Digital Marketing on Consumer Purchasing Decisions*.

Yustikasari, Y., Anissa, R., & Dewi, R. (2021). Pelatihan Promosi Kesehatan pada Tenaga Kesehatan di Jawa Barat. *Journal of Servite*, *3*(2), 57.

Data Reportal (2024). https://datareportal- com.translate.goog/reports/ digital-2024-deep-dive-the-state-of-internet-adoption

We Are Social Ins. (2024). Digital 2024. New York: We Are Social Inc.