

DAFTAR PUSTAKA

- Antaranews.com. (2020, April 7). Pengguna aplikasi belajar online melonjak 100 persen lebih saat corona. *Antaranews.Com*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising & promotion: An integrated marketing communications perspective (11th ed.)*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (6th ed.)*. www.pearson.com/uk
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press. <https://books.google.co.id/books?id=MtqFDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Fill, C., & Turnbull, S. (2023). *Marketing Communications: Fame, Influencers and Agility (9th ed.)*. www.pearson.com
- GoodStats. (2023, February 15). *Fenomena Platform Belajar Online, Seberapa Digandrungi Gen Z Indonesia?* Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/fenomena-platform-belajar-online-seberapa-digandrungi-gen-z-indonesia-1Ytn6>
- Kennedy, C. (2017). *Social Media The Art of Marketing on YouTube, Facebook, Twitter, and Instagram for Success*.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Luthans, F., Luthans, B. C., & Luthans, K. W. (2015). *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach, 14th ed.* <https://books.google.co.id/books?id=59QeEAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Maharani, L., Mustikasari, A., & Nellyaningsih. (2020). *Pengaruh event marketing terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus: PT Yamaha)*.

- Miftahudin, H. (2021, March 2). *Setahun Covid-19, Pengguna Platform Pembelajaran Online Melonjak*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/ekonomi/ekonomi-digital/5b2eP84N-setahun-covid-19-pengguna-platform-pembelajaran-online-melonjak>
- Mulyono, Haryati, T., & Wuryandini, E. (2025). Digitalisasi Pendidikan: Peluang dan Tantangan dalam Peningkatan Kualitas di SMK PSM Randublatung. In *Indonesian Research Journal on Education Web Jurnal Indonesian Research Journal on Education* (Vol. 5).
- PT Sinotif Indonesia. (2025). *Sinotif: Spesialis Bimbingan Belajar Eksakta*. <https://sinotif.com/>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior*.
- Sari, E. A., & Wijaya, L. S. (2019). *Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru*.
- Surya, R. Z., & Roslana. (2020). Brainstorming business model canvas pada formulasi strategi “Rabuk Diyang” sebagai produk khas Kabupaten Indragiri Hilir. Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Selodang Mayang*, 6(1).
- Wirawan, I. K. J., Suarjana, I. M., & Rend, N. T. (2018). *Hubungan Bimbingan Belajar Orang Tua dan Konsep Diri dengan Hasil Belajar Matematika*. 2, 160–169. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=833639&val=13537&title=Hubungan%20Bimbingan%20Belajar%20Orang%20Tua%20dan%20Konsep%20Diri%20dengan%20Hasil%20Belajar%20Matematika>
- Yandri. (2023). *“Digitalisasi Pendidikan” Mendorong Peningkatan Daya Saing*. Direktorat Guru Pendidikan Dasar. <https://gurudikdas.dikdasmen.go.id/news/%E2%80%9C-digitalisasi-pendidikan-%E2%80%9C-mendorong-peningkatan-daya-saing>