

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri F. (2016). *Manajemen Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Afif, R. T., (2023) "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Indocafe (Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)*". Repository Universitas Muhammadiyah Purwokerto" <https://repository.ump.ac.id/15203/> diakses 27 Mei 2023.
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizzeed, K. (2021). The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decision: A Case Study in Jordan. *Jurnal of Asian Finance, Economics and Bussiness* ISSN:2288-4637, 8(5), 455-463.
- Ardhianti, Dian & Kusuma, J. P (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee) *Jurnal Maneksi*, 12 (4), 950-962.
- Astri Rumondang., dkk. 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis. Jakarta.
- Ayesha, I., dkk., (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT.Global Eksekutif Teknologi, Padang, Sumatra Barat.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* ISBN 978-602-0895-75-8. Prenada Media Group.
- Kerin, S. M., & Musadad, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 8 (17), 498-510.
- Kurniawan, K. (2021, Agustus 13). *Akademi: Pemasaran*. Retrieved from Projasaweb:<https://projasaweb.com/pengertian-pemasaran/> diakses 29 April 2023.
- Liesander, I dan Dharmayanti, D. 2017. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol.2 (4). Pp. 1-13.
- Lombok, E. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk

- Emina (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174*, 10(3), 953-964.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *EMBA*, 9(2), 110-121.
- Melinda, P. (2020, Oktober 28). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Ceriamart (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)*. Retrieved from Repository STIE Indonesia (STEI) Jakarta: <http://repository.stei.ac.id/1402/> diakses 2 Mei 2023.
- Narulisa, E., & Suseno, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi ISSN 1858-2702*, 17(1), 97-108.
- NISP, R. O. (2021, September 6). *Artikel*. Retrieved from OCBCNISP: <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/09/06/digital-marketing-adalah>
- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on Customer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Bussines and Management ISSN 1833-3850*, 15(7), 120-132.
- Priharto, S. (2019). *Pengertian Pemasaran, Fungsi, dan Jenis Pemasaran Dalam Bisnis*. Retrieved April 25, 2013, from CPS Soft: <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-pemasaran-fungsi-danjenis-pemasaran-dalam-bisnis/> diakses 25 April 2022.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1 (1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>, diakses 22 Mei 2023.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *JESYA, E-ISSN-2599-3410* 6(1), 194-208.
- Putri, P. M., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online . *Jesya E-ISSN-2599-3410*, 5(1), 25-33.
- Rizqi, R. M., & Dermawansyah, M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1). Retrieved from <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1047/> diakses 9 Mei 2023.

- Samsudin, A., & dkk. (2022). Pengaruh Strategi Digital Marketing dalam Keputusan Pembelian Produk Camille Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan dan Konseling E-ISSN: 2685-936X*, 10436-10447.
- Syarifudin, S., dan Saudi, I. A (2022) Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Alfabeta, Bandung.
- Tapia Bonifaz, A. G., Santillan Castillo, J. R., & Vallejo Chavez, L. M. (2022). Digital Marketing and Online Purchasing Decission. *Espirales*, 7 (44), 43-56.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 77-87. Retrieved from [jurnal.untagsmg.ac.id: http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/411](http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/411) diakses 9 Mei 2023.