

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, R., & Hidayat, R. (2018) Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada Pt Ahm di Kota Bandung Tahun 2017, *Eproceedings of Applied Science*, 4(2).
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K. (2021) The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455-463.
- Albi, K. (2020) Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kedai Kopi S, *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 21–30.
- Ambiya, K., & Faddila, S. P. (2023) Peran Live Streaming Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi Tiktok Shop Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2020, *Marketgram Journal*, 1(2), 106-113.
- Andrian. (2019) Digital Marketing dan Ragam Produk Pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016), *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 14–24.
- Assauri. (2017) *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022) Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008-2018.
- Dharma, S. P. J. E. A., Jadmiko, P., & Azliyanti, E. (2020) Aplikasi Spss Dalam Analisis Multivariates, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Erlangga, H. (2021) Effect of Digital Marketing and Social Media on Purchase Intention of Smes Food Products, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (Turcomat)*, 12(3), 3672-3678.
- Fadli, Z., Februadi, A. C., & Senalajari, W. (2021) Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas, In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, (Vol. 12, pp. 1156-1161).

- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022) *Bauran Pemasaran*, Cv Budi Utama, Yogyakarta.
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023) Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6320-6334.
- Goel, S., Soni, M., & Kumar, A. (2017) A Comprehensive Study on the Factors Affecting the Effectiveness of Digital Marketing, *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 7(7), 1-17.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018) Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Hendarsyah, D. (2020) Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan, *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018) *Principles of Marketing*, 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*, 15th Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Margaretha, F. (2017) Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopoholic di Kota Samarinda, *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 26-40.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021) Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia, *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126.
- Nawaz, S. S., & Kaldeen, M. (2020) Impact of *Digital Marketing* on Purchase Intention, *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 1113-1120.
- Ngatno. (2018) *Manajemen Pemasaran*, Ef Press Digimedia, Semarang.
- Pangestika, N. (2018) Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling di 56 Degrees Bandung.
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Mulyono, L. E. H. (2019) Pengaruh Artificial Intelligence dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 8(3), 258-269.

- Pertiwi, A. D., & Fahmi, S. (2022) Pengaruh Harga, Promosi Digital dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Fashion di Marketplace, *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 625-634.
- Pujianto, O., & Hartono, B. (2023) Implementasi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Kosumen Pada Marketplace Shopee, *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 7(3), 40-55.
- 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.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Running di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening, *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.
- Rakhman, A. (2022) *Pengertian Uji Validitas Dan Reliabilitas + Rumusnya (Terlengkap)*, (Online), ([Pengertian Uji Validitas dan Reliabilitas + Rumusnya \(Terlengkap\) \(rakhman.net\)](#)), diakses pada 02 Januari 2024.
- Riadi, M. (2020) *Digital Marketing (Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dimensi Dan Strategi)*, (Online), ([Digital marketing \(pengertian, manfaat, fungsi, dimensi dan strategi\) - kajianpustaka](#)), diakses pada 29 Mei 2023.
- Safitri, N, A. (2023) *Manajemen Pemasaran*, K-Media, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Wibowo, A. (2015) *Pengantar Pemasaran Bisnis Digital*, Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.
- Wicaksana, I. (2021) Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Usia Muda, *Jurnal Manajemen Kewirahusahaan*, 18(01), 1– 10.
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022) Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen, *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(2), 486-492.
- Zaman, S. (2017) Analisis Pengaruh Brand Image Corporate (Citra Merek Perusahaan) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Planet Computer Tasikmalaya, *Jurnal Economica*, 2 (1), 36-41.