

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). Peranan Media Sosial Modern. Anggota IKAPI No. 019/SMS/20
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1).
- 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.
- Al Sukaini, A. K. M. (2022). Digital Marketing's Influence on Consumer Purchasing Decision: A Case Study in Iraq. *Journal of Asian Multicultural Research for Social Sciences Study*, 3(3), 120-132.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Fourqoniah, F., Si, M., & Aransyah, M. F. (2021). Buku ajar pengantar periklanan.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk *fast fashion*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurniasari, D. (2021). Pengertian Teknik Pengolahan Data dan Macam-Macam Jenisnya.
- MH, S. W., & Saptaria, L. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Timbul Jaya Motor Cabang Kediri. *E-Journal P2PNU*, 2(01), 21-30.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian kuliner di kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097-1103.

- Nuramalia Hasanah, S. E., Ak, M., Muhtar, S., Indah Muliasari, S. E., & Ak, M. (2019). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. uwais inspirasi indonesia.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian (Untuk Ekonomi Dan Bisnis)*. Tangerang: Media Edu Pustaka.
- Purbowati, D. (2020). *Teknik Analisa Data: Apa, Bagaimana, dan Ragam Jenisnya*. Akupintar. Id, 1.
- Putri, D. S. P., & Rahayu, Y. S. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian produk jasa pada fintech syariah (studi pada Erahn. Id). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(3), 1077-1092.
- Prambudi, R., Rakhmat, C., & Arisman, A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian di masa pandemi covid-19: Survei Pada Konsumen Baju Koko Purnama Kawalu Kota Tasikmalaya. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(4), 465-470.
- Safira, S. A., & Achsa, A. (2022). *Analysis Of The Effect Of Digital Marketing Strategy On Purchase Decisions At Alfamart And Indomaret*. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, 2(2), 97-112.
- Salsabila, H. F., & Harti, H. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(4), 722-732.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 1-11.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Administrasi*.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 218-225.