

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, A. F. (2021). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada produk Scarlett Whitening) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang]. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/77237>
- Agustina, P., Kuswanto, A., & Sofyan, M. A. (2022). Penerapan digital marketing dalam pemasaran produk rempeyek di Desa Battembat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Agustina, W. (2020). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening (Studi pada followers Instagram akun @scarlett_whitening) [Skripsi, Universitas Negeri Semarang]. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/43267>
- Alamsyah, D. P., Indriana, Ratnapuri, C. I., Aryanto, R., & Othman, N. A. (2021). Digital marketing: Implementation of digital advertising preference to support brand awareness. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(Special Issue 2).
- Aprilia, F. (2021). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Purwokerto) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto]. <http://repository.ump.ac.id/id/eprint/13590>
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Sciences*.
- Budiman, A. (2017). Strategi promosi dan pemasaran dalam bisnis digital. Jakarta: Penerbit Informatika.
- Dewi, R. K. (2021). Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada akun Instagram @scarlett_whitening [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/43792>
- Hartanto, Y., Firmansyah, M. A., & Adhrianti, L. (2022). Implementation of digital marketing Pesona 88 Curup to build image for the decision of visit tourist attraction. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium*.

- Hidayat, A. A. (2020). Statistik untuk penelitian ilmu-ilmu sosial. Jakarta: Salemba Empat. 57
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Ngatno, M. (2018). Manajemen pemasaran. Yogyakarta: EF Press Digimedia.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Yulia, N. R., & Safitri, D. (2019). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Jurnal Ekonomi Digital, 4(1), 55–63.