

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA, 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. *Jurnal : Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2). Hal 99-118
- 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.
- Apriani, V., & Arifin, A. L. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Samsung Pada Pegawai Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Depok. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1495–1504.
- Arman. (2022). *introduksi Manajemen Pemasaran* (Yusup (ed.)). CV. LD MEDIA.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22.

- Chloe, N., & Dharmik, K. M. (2018). *Digital Marketing & Social Media*. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiative in Key Business functions, 163-167
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M.M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2020). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, May, 102168.
- Gunawan, Didik, 2022. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padang Sidempuan : PT Inovasi Pratama Internasional
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia
- Jayabaya, P., & Madiawati, P. N. (2018). Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api Melalui Aplikasi Mobile Kai Access. *Jurisma : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2).
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. England:Fourteenth Edition.
- Kotler, Philip & Ketler, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Moko,Wahdiyati, 2021. *Manajemen Kinerja Teori dan Praktrik*. Malang : UB Press

- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2019). The Influence of Viral Marketing toward Brand Awareness and Purchase Decision. *Icebef 2018*, 65, 647–650.
- 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.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12), 253856.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Purwana, E.S., Dedi, dkk. (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.
- Rahima, P. (2018). Pengaruh *celebrity endorser* di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada akun instagram @wiriamaeazzahra). *Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widiasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding Sendiu, 2016*, 978–979.

- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images*. PT. Scopindo Media Pustaka.
- SastroAtmodjo, S. (2021). *Manajemen Pemasaran (Marketing)* (R. R. Rerung (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung:ALFABETA.
- Sukma, A., Hermina, N., & Novan, D. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Umkm Binaan Kadin Jabar Pada Situasi Covid-19. *Manners*, Iii(2), 91–102.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Usia Muda. *Jurnal Manajemen Kewirahusahaan*, 18(01), 1–10.