

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPF.
- Amirullah, 2013. *Metodolgi Penelitian* Malang: Penerbit Bayumedia
- Azkiya, A. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee*. 5(1), 25–36.
- Azkiya, G. (2021). *5 Strategi Digital Marketing Terbaik yang Dapat Langsung Kamu Gunakan*. Skillacademy.Com. <https://blog.skillacademy.com/strategi-digital-marketing>
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). *Pengaruh Digital*
- Budiwati, H. (2012). *Cara Mudah Mempelajari dan Memahami Statistik inferensia (Untuk Bisnis dan Ekonomi)*. Lumajang: STIE Widyagama Lumajang.
- Chaffey Dafe. (2019). *E-Business and e-cmmmerce management: strategy Implimentation, and practice*. Edition, Printece Hall.
- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2016). *Digital Marketing, Sixth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Corsini, Raymond J. (2002). *Dictionary of Psychology*. Great Britain: Brunner-Routledge.
- Elbahar, C. & Syahputra. (2021). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Kadatuan Koffie*. e-proceeding of Management. Vol. 8. No. 2. ISSN: 2355-9357. Universitas Telkom.
- Ferdinand. A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fitrianna, H. & Aurinawati, D. (2020). *Pengaruh Digital Marketing pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol. 3. No. 3. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Indrayana, I. B. (2016). *Desain Interior Arma di Ubud Bali*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Indriyani, R. & Suti, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion* *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 14. No. 1. ISSN: 2597-615. doi: 10.9744/pemasaran.14.1.25-34.
- Jecky, J., & Erdiansyah, R. (2021). *Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. *Prologia*, 5(2), 307. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10199>
- Kotler, P. & Keller K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kolter dan Armstrong, (2016) *Keputusan Pembelian Jakarta* : Penerbit Jakarta Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis : Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Global*. Bandung : Alfabeta.
- Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Millenium, A. A., Suardana, I. W. & Negara, M. G. (2021). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Startup Bike rental Bananaz Bali*. *Jurnal IPTA*. Vol. 9. No. 1. Universitas Udayana. ISSN: 2548-7930.

- 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). Vol. 9. No. 1. Universitas Negeri Surabaya. ISSN: 2337-6078.
- Muttaqien, F., Husnawiyah, F., & Fauziah, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang. *Journal Of Organization and Business Management*, 3(1), 37–41.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nurlaela Anwar, R. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup Di Jakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 75–85. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.169>
- Paramita, R.W & Rizal Novansyah. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Buku Ajar Perkuliahan*. Azyan : Yogyakarta.
- Priansa, donni juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadau Pada era Media Sosial*. Pustaka Sertia : Bandung.
- Putri, P. M. & Marlien, R.A. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 5. No. 1. ISSN: 2599-3410. DOI: <https://doi.org/10.36778.jesya.v5il.510>.
- Rahman, M. A. (2016). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Refiani, A. S. & Mustikasari, A. (2020). *Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020*. e-proceeding of applied science. vol. 6. no. 2. ISSN: 2442-5826.
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2019). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.
- Santoso, A. (2013). *Perekonomian Indonesia Masalah Potensi dan Alternatif Solusi*. Alfabeta : Bandung.

- Santosa, A. B., & Rianti, Y. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gphoto*. *Jurnal Economicus*, 15(1), 79–89. <http://ejournal.dewantara.ac.id/index.php/economicus/article/view/231>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed.)*. New Jersey, Pearson. Prentice Hall.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Dan. 2007. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Siregar, A. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran Motor* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Sugianto Putri, C. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed & Methods)*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data)*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Syahidah, R. A. (2021). *Pengaruh Viral Marketing dan Digital marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid 19*. *Humanities, Management and Science Proceedings*. Vol. 1. No. 2. ISSN: 2746-4428. LPPM Universitas Pamulang.
- Tjiptono, F. & Chandra G . (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Andi : Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*.

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yogastrian, I. (2020). *Analisis Pengaruh Promosi, Influencer, dan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu (Study Kasus pada Sepatu Brand Lokal)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/83761>.

