

DAFTAR PUSTAKA

- Andrie Wijaya, S., Hapsari, Y. T., & Melandri, A. (2022). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Rokok Elektrik (VAPE) Pada G VAPE Jember*.14(1),75–84.
[https://doi.org/10.25299/perspektif.2023.vol14\(2\).12045](https://doi.org/10.25299/perspektif.2023.vol14(2).12045)
- Azis, Y. A. (2023). *Data Sekunder: Pengertian, Sumber Data dan Contoh Di Penelitian*. Wwww.Deepublish.Com. <https://deepublishstore.com/blog/data-sekunder-penelitian/>
- Bate', M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Dewi, R. K., & Gischa, S. (2023). *Apa Nama Variabel yang Memengaruhi Berubahnya Variabel Terikat? Ini Jawabannya* Wwww.Kompas.Com.
[https://www.kompas.com/skola/read/2023/09/19/133432069/apa-nama-variabel-yang-memengaruhi-berubahnya-variabel-terikat-ini#:~:text=Variabel independen,-Variabel independen sering&text=Variabel bebas adalah variabel yang,timbulnya variabel terikat \(dependen\).](https://www.kompas.com/skola/read/2023/09/19/133432069/apa-nama-variabel-yang-memengaruhi-berubahnya-variabel-terikat-ini#:~:text=Variabel independen,-Variabel independen sering&text=Variabel bebas adalah variabel yang,timbulnya variabel terikat (dependen).)
- Gischa, S. (2023). *Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli*. Wwww.Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14, No.1.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25—34>
- Martina, S. (2020). *Pengertian, Tujuan Dan Manfaat Perilaku Konsumen*. Wwww.Academia.Edu.
https://www.academia.edu/42974738/PENGERTIAN_TUJUAN_DAN_MANFAAT_PERILAKU_KONSUMEN
- Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Mustika, W., & Kurniawati, D. M. (2022). *Pengaruh pemasaran digital terhadap minat beli handuk pada marketplace “x.”*
- Putri Mulia, V. K. (2022a). *7 Pengertian Perilaku Konsumen Menurut Para Ahli*. Wwww.Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/08/04/080000969/7-pengertian->

perilaku-konsumen-menurut-para-ahli#:~:text=KOMPAS.com - Perilaku konsumen merupakan,informasi untuk menyusun strategi pemasaran.

Putri Mulia, V. K. (2022b). *Indikator Keputusan Pembelian Menurut Kotler dan Armstrong*.Www.Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/23/110000869/indikator-keputusan-pembelian-menurut-kotler-dan-amstrong>

Putri Mulia, V. K. (2022c). *Model Engel-Kollat-Blackwell dalam Teori Perilaku Konsumen*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/07/26/070000269/model-engel-kollat-blackwell-dalam-teori-perilaku-konsumen?page=all>

Putri Mulia, V. K. (2022d). *Teori Perilaku Konsumen: Pengertian dan Faktor yang Memengaruhinya*.Www.Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/07/08/090000769/teori-perilaku-konsumen--pengertian-dan-faktor-yang-memengaruhinya#:~:text=KOMPAS.com> - Teori perilaku konsumen,lebih sesuai dengan sikap konsumen.

Putri Mulia, V. K. (2024). *Digital Marketing: Pengertian dan Tujuannya*.Www.Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2024/02/20/100000669/digital-marketing--pengertian-dan-tujuannya#:~:text=KOMPAS.com> - Digital marketing adalah,digital%2C dengan target pasar tertentu.

Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

Rahman, M. A. (2016). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet Di Kalangan Mahasiswa*.

Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). *Analisis pengaruh sosial media marketing melalui instagram terhadap keputusan pembelian studi pada this! By alifah ratu tahun 2020*.

Salmaa. (2022). *Cara Membuat Penelitian Terdahulu*. Www.Deepublish.Com.
<https://penerbitdeepublish.com/penelitian-terdahulu/>

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>

- Saputro, A. ., & Laura, N. . (2020). Pengaruh Digital Marketing Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8 No.2, 1–11.
- Ustaha, M. ., Nazilah, K. ., & Magribi, N. . (1950). *Pengertian, Tujuan Dan Manfaat Perilaku Konsumen*.

