

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed)). Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Pemasaran Digital: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). London: Pearson.
- Dani, R. (2022). *Reformasi Administrasi Publik*. Makassar: CV. Azka Pustaka.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Henuk-Kacaribu, A. (2020). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kingsnorth, S. (2022). *Pemasaran Digital Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page Publishers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. London: Pearson.
- Muljono, R. K. (2018). *Pemasaran Digital Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nazlen, C. B. M. (2019). *Administrasi Tata Usaha, Administrasi dan Supervisi Pendidikan* (2). Bandung: CV Alfabeta
- Rahmawati, D. (2018). *Millennials and I-Generation Life*. Yogyakarta: Laksana.
- Rauf, A. (2021). *Pengertian Pemasaran Digital. Pemasaran Digital: Konsep dan Strategi*, 1(2). Bandung: Insania.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Ketiga (Vol. 3). Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed). Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.

Jurnal:

Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). *The Influence of Social Media Marketing Instagram, Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel*. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 218-226.

Ariani, A., Ngazizi, M., Khasanah, M., & Carmidah, C. (2023). *Strategi Membangun Brand Image Payungi Dalam Meningkatkan Penjualan*. *Jumbiwira: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 13-19.

Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi*. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15-22.

Firnanda, M. A., & Asnawati, A. (2018, March). *Pengaruh electronic word of mouth, brand image, brand trust terhadap keputusan penggunaan jasa ojek online go-jek di samarinda*. In *Prosiding SNMEB (Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis)*.

Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). *Pengaruh Pemasaran digital Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram@ KPopConnection*. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(1), 39-50.

Kurniawan, H. (2021). *Pengaruh Pemasaran digital Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT. Aerotravel Indonesia Di Bandar Lampung*.

Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). *Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian*. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.

Nazar, M. A. (2021). *Pengaruh Informasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Efektivitas Pemasaran digital Pada Pengguna Shopee*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 6(2).

Pambudi, B. (2022). *Pengaruh Promosi Media Sosial, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*.

Prayoga, A., & Arianto, T. (2023). *Pengaruh Brand Equity, Brand Trust Dan Brand Preference Terhadap Loyalitas Pelanggan Three Second Di Bencoolen Indah Mall Bengkulu*. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(1),

176-186.

- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). *Pengaruh Pemasaran digital terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). *Pengaruh Word of Mouth, Citra Destinasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Kursus Bahasa Arab Di Kota Pare-Kediri*. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 165.
- Sampouw, C. P. (2020). *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Melalui Situs Belanja Online Shopee (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Faktor Pengambilan Keputusan Konsumen Melalui Situs Belanja Online Shopee) Periode Juli-Desember 2019 (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta)*.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Pengaruh pemasaran digital, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, Udayana University)*.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). *Pengaruh e-wom (Electronic-word-of-mouth) terhadap keputusan pembelian di agoda. com*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(1).
- Situmorang, E. D. B., Gultom, R., Nadapdap, K., & Sihite, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Amanda Brownies*. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 38-49.
- Sudirjo, F., Arubusman, D. A., Sahala, J., Setiawan, E. B., & Abidin, Z. (2023). *The Impact of Price And Social Media on Buying Decisions*. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 5(2).
- Taufik, R. (2022). *Pelaksanaan Administrasi Human Resources Pada Pt Citramasjaya Teknikmandiri (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta)*.
- Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). *Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Pemasaran digital terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millenial*. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 86-99.
- Wulandari, K. (2022). *Studi Motivasi Online Thrifting Di Media Sosial Instagram Pada Masyarakat Di Tangerang Selatan (Teori Fenomenologi Pada Aktivitas Online Thrift Shop) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana*

Yogyakarta).

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). *Effectiveness Of Pemasaran digital In The Challenging Age: An Empirical Study. International Journal Of Management Science And Business Administration*, 1(5), 69-80.