

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen (1st ed.)*. No Title. AE Publishing.
- Aji, H. M., & Sutikno, B. (2015). *Pengaruh pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(2), 45-56.
- Andrade, H., & Valtcheva, A. (2009). *Promoting Learning and Achievement Through Self Assessment. Theory Into Practice*,.
- Anwar, K. (2021). pengaruh sigital marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian "(studi pada dealer yamaha pt. permata motor karawang)
- Aprilia Anggraeny, F., & Menuk Srihandayani, C. (2022). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis_Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus Pada UD Bangunan Kita Surabaya). In *Journal of Sustainability Business Research*, 3.
- Ardini, R. L., Chaniago, H., & Sayuti, M. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nanostore di Kota Cimahi*. 9(2), 88–97.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. In *Jurnal Universitas Udayana*. ISSN (Vol. 2302). Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing pada Hotel Kila di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary (VIS)*.
- Auliannisa Gifani, S. (2017). *Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa universitas telkom*. 81–94.
- Azizah, D. F. L. & J. N. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-commerce* Shopee Di Kota Cilegon.

Jurnal Administrasi Bisnis Terapan, 6(1).

<https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>

Chaffey, D. (2002). *E-Business and E-commerce Management, Strategy, Implementation and Practice. New Jersey: Prentice Hall.*

Dewi, N. N. (2021). buku ajar : pengantar manajemen (1st ed.). scopindo media pustaka

https://www.google.co.id/books/edition/buku_ajar_pengantar_manajemen/hyI-EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1%0D

Doi, S. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume*. 2(9), 3610–3617.

Sitta Kusuma , (2024). *Manajemen Pemasaran di Era Digitalisasi*.

Efendi, A. N. (2022). Kritik Sastra Pengantar Teori, Kritik, & Pembelajarannya. *Mazda Media*.

Eunike Viedy Virginia Lombok, R. L. S. (2022). pengaruh brand image, brand trust dan digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk emina (studi kasus pada mahasiswa universitas sam ratulangi). *jurnal EMBA*,10(3),953-964

Fadillah, M. N., Harahap, D. A., & M. M. A. R. (2023). Pengaruh Visual Appeal, Brand Image dan Product Quality terhadap Purchase Decision di Toko Prung Terraceswear Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.6818>

Fadli, Z., Sudirjo, D., Rahmat, Santosa, A. D., Pasaribu, I. S., Octaviani, D. W., et

- al. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Febrianti, A. (2020). *Pengaruh pemasaran digital dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk fashion*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 18(1), 12-20.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. In Semarang: Diponegoro University Publishing Agency.
- Gunawan. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing [Book]*. - [s.l.]. PT. Inovasi Pratama Indonesia, 2022.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. (E. Rahayu (ed.); Revisi). PT Bumi Aksara.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method) (1st ed.)*. Hidayatul Quran.
- Hidayatullah Muhammad, & A. R. (2022). *pengaruh citra merek terhadap keputusan pembeli mobil granmax pu di palu*. 8(3)
- Imam Gunawan, S. M. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irianto, A. (2015). *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya)*. In Jakarta: Kencana.
- Istanama, U. (2022a). *pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan*

pembelian pada rabbani dipatiukur bandung

K.Djawa, Makmur, S., & Rahman, W. (2022). *Metode Penelitian Penulisan dan Penyusunan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. CV. Diva Pustaka.

Khamainy, A. (2022). analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap persepsi kualitas stba jla bekasi.2,

Kleindl, B. A., & Burrow, J. L. (2005). *ECommerce Marketing. United States of America : South Western*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson.

Kotler, P. and K. K. L. (2012). *Marketing Management*.

Kurniawan, A. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Jakad Media Publishing.

Liubana, A., Kowey, W. O., Alfonso, P. V., & Putra, W. P. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kinerja Penjualan Produk Fashion di E-commerce Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(04), 352–361. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i04.779>

Louise, H. (2022). *metodologi penelitian: Teori dan Praktik (1st ed.)*. CV. AE media grafika.

Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika*, 5(1), 38–54.

Luthfiyatul Hasanah. (2023). pengaruh digital marketing, dan harga terhadap minat beli konsumen (Studi Pada Toko Gavin Fashion Store). *AT-TAWASSUTH*:

Jurnal Ekonomi Islam, VIII(I), 1–19.

- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., & Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis Of Marketing Mixed Factors (4P) ON Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Martowinangun, K., Sri, L. D. J., & K. (2019). *Pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan di cv. jaya perkasa motor rancaekek kabupaten bandung*. 1, 139–152.
- Meilina Boediono, Sonata Christian, D. M. I. (2018). pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen sealanywax *Meilina*. 1-10.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35–41.
- Mulyani, S. (2020). *engaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk fashion lokal*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 5(2), 30–38.
- Mustafidah, H., & S. (2020). *dasar-dasar metodologi penelitian (T. Haryanto (ed.); 1st ed.)*. UM Purwokerto Press.
- Nurmartiani, E. (2024a). *Pengantar Prilaku Konsumen (U. Bahrudin (ed.); 1st ed.)*. Tristar Mandiri Publisher.
- Nurmartiani, E. (2024b). The Price Impact and Service Quality for Consumer Purchasing Decisions at Indomaret Surya Sumantri 82. *Indonesian Journal*

of Economic & Management Sciences, 2(2), 339–356.
<https://doi.org/doi.org/10.55927/ijems.v2i2.9505>

Priyatno, D. (2017). Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami Untuk Tingkat Pemula dan Menengah. In Yogyakarta: Gava Media.

Priyatno, D. (2022). Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews (A. Prabawati (ed.); 1st ed.). In Cahaya Harapan.

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>

Putri, R. A. (2021). Pengaruh promosi melalui Instagram terhadap keputusan pembelian fashion online. *Jurnal Pemasaran Digital*. 4(1), 55–64.

Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah P.S, T. E., & Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., et al. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. Cirebon: Insania.

Sari, D. K., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian di marketplace. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 7(3), 91–101.

Schiffman, K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT. Indeks.

Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus 113 Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).

- Simbolon, I., Limbong, A., Tambunan, E. H., Rantung, G. A., & Simanjuntak, S., & M. (2023). *BIOSTATISTIK (Komarudin (ed.))*. CV. Green Publisher Indonesia.
- Sinuraya, A. Y. B., & Zuhriyah, M. R. A. (2021). pengaruh bauran pemasaran niu green tea terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa universitas trunojoyo madura. *agriscience*, 1, 597-612.
- Sudaryana, B., & Agusiandy, H. R. R. (2022). *metodologi penelitian kuantitatif (1st ed.)*. Deepublish Publisher.
- Sudaryana & Agusiandy, H. R. R., B. (2022). *metodologi penelitian kuantitatif (1st ed.)*. Deepublish Publisher.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*.
- Sugiyono. (2019). *metodologi penelitian kuantitatif, kuantitas , dan R&D (2nd ed.)*.
- Sumirna, R., Sumar, S., & Wahyudin, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-commerce Shopee Di Kota Pangkalpinang. *Holistic Journal of Management Research*, 8(2), 38–43. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v8i2.4473>
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). buku ajar manajemen pemasaran.(1st ed.). In *Myria Publisher*.
- Utami, C. W. (2019). *Citra merek dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen produk fashion. Jurnal Riset Manajemen*. 11(2), 88–94.
- Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>

Wibowo, A. H., Alwie, A. F., & Putro, T. S. (2023). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. 5(1). <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i1.1014>

Widiana, M. E., & Ec, M. (2020). *Pengantar Manajemen*.

Widya, M., Jannah, A., Putri, :, Faradita, A., Andhy, :, & Adriyanto, T. (2023).

Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Majapahit. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2).

Wiliana, E., & Purwaningsih, N. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19. *Jurnal Manajemen*, 264–273.

Wirawan, M. R. & S. (2024). pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian produk pada e-commerce shopee (studi kasus mahasiswa/mahasiswi STIA tabalong). *Jurnal.Stiatabalong*, 7, 1408–1422. <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB>