

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani. (2021). Pengaruhsocial Media Marketing,Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan Lifestyleterhadapkeputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Dan Humaniora*, 2797.
- Ardian, Maulana, & Ahmad. (2022). Hidup Hedonis Keputusan Pembelian Pada Konsumen Filosopi Kopi Jogja. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 45.
- Aryani. (2021). ANALISIS DIGITAL MARKETING PADA HOTEL KILA DI KABUPATEN LOMBOK BARAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Visionary* , Vol 9.
- Orba. (2021). Perancangan Aplikasi DOCU (Dongkrak Cuan) Sebagai Strategi IT Dan Digital Marketing Untuk Membantu Perusahaan Dan UMKM. *JATI (Jurnal Teknologi Dan Informasi)*, <https://doi.org/10.34010/jati.v12i2.8542>.
- Wardhana . (2021). *Strategi Pemasaran* . Sleman: Deeppublish.
- Zulfanah, P., Awin, & Ayun. (2023). Pengaruh Brand Awardness Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 78.
- Damian Ryan, C. J. (2019). *Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation* (1st Ed.).
- Diana Rapita. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Yogyakarta : CV Budi Utama .
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ' Ah. 1(2)*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Dan Analisis MLTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. D., (2021). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: Inovasi Pratama Internasional
- Anggraini, (2024). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee) *Jurnal STEI*, 1–23.
- Kotler Dan Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Heri Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.).

- Mega. (2022). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA VIA BUSANA KEDIRI. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 71-80.
- Miguna, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. CV BUDI UTAMA.
- Noviyanti, V., Syahidin, Y., & Widia, M. H. (2021). Sistem Informasi Korespondensi Rekam Media Di Rumah Sakit Menggunakan Microsoft Visual Studio. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi, Vol 11*, 56-63.
- Prambudi, R., & Rakmat, C. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Baju Koko Purnawa Kawalau Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen Dan Akuntansi*, 465-470.
- Salah HMY, M. S. S. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts And Strategies*. CV Sah Media.
- Sari. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Anyaman Purun Di Kecamatan Haur Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 179.
- Setiawati, & Alamuddin. (2024). Pengaruh WOM, Pengaruh Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Baju Preloved Second Women Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 357-364.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Medan Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tati Handayani. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam (1st Ed.)*.
- Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *E-Proceeding Of Applied Science*, 4(2), 370–377
- Yusuf. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Umk.Ac.Id*, 120.
- Zulfanah, P., Mulyadi, A., & Ayun. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Terhadap Mahasiswa Universitas 17 Agustus Surabaya. *Jurnal Untag*, 1005-1012