

DAFTAR PUSTAKA

- Asbar, Y. 2020. Analisis *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan pada rumah makan Ayam Penyet di kota Lhokseumawe. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1), 39–47. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10890100>
- Apriani, V., & Arifin, A. L. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Samsung Pada Pegawai Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Depok. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1495–1504
- Alma H. Buchari, 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta
- Assauri, S, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.
- Andi Furqan Ashari Rahman, Indrianty Sudirman, Nuraeni Kadir , 2022. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek Lumier Skincare Dimasa Pandemi Covid –19 *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022, e-ISSN : 2598-8301 p-ISSN 2598-831X DOI : <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.196>
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ginta Ryan Saputra, Roswaty, 2020, Pengaruh Bauran Pemasaran 4P terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Eceran di Toko Tani Makmur Pagar Alam Sumatera Selatan *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* Vol. 1, No. 2, Desember 2020 e-ISSN: 2745-7257 DOI : <https://doi.org/10.31004/JNM.v3i4.1224>
- Hasibuan 2019, *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Izzah Nur Masyithoh IvoNovitaningtyas, 2021, Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, Vol 7 No.1, 2021, ISSN; 2528-0597 , e-ISSN 2580-5428 , DOI: <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>

- I Gusti Ngurah Agung Dharma Wiguna, Made Dian Putri Agustina, Mirah Ayu Putri Trarintya, 2022, Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, Mei 2022, Vol. 2 (No. 2): Hal 486-492 , e-ISSN 2774-7085. DOI; <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v2i2>
- Kasmir, 2017, *Customer Service Excelent* , Teori dan Praktik, Jakarta, Rajagrafindo.
- Katrin & Diyah, 2016, Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung, 246-254
- Kotler, Philip & Amstrong Gary, 2018, "*Principles of Marketing 15rd, Global Edition, Pearson Education Limited, New York*
- Limaksrina & Purba, 2017 Manajemen Pemasaran ; Teori dan Aplikasi dalam Bisnis, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Mulyono, L. E. H. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 8(3), 258–269
- Priansa (DJ), 2017. Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer, Alfabeta, Bandung
- Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey.
- Prisma Miardi Putri, 2022, Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, Volume 5 No. 1 Tahun 2022 ISSN (Online) 2657- 2036, ISSN (Print) 2684-6802 DOI: https://10.36.778/je_sya.v5i110
- Rasyid & Indah, 2018, Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika, Vol 16 No. 1, 2018, ISSN: 1411-8637, eISSN: 2550-1178, DOI: <https://doi.org/10.31294/jp.v16i1.3031>
- Ratih, 2017, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, CV Alfabeta Bandung
- Romauli Nainggolan, Otniel Suryajaya, 2020 engaruh Product Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi MSDJ : Management Sustainable Development Journal Volume 2

Nomor 2 Tahun 2020 ISSN (Online) 2657- 2036 ISSN (Print) 2684-6802. DOI: doi.org/10.36277

Rahmi & Aditiya, 2017, Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), Vol 1. No. 1, ISSN: 2580-4332, DOI: 10.21009/JPMM.001.1.01

Sukma, A., Hermina, N., & Novan, D. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk UMKM Binaan Kadin Jabar Pada Situasi Covid-19. *Manners*, Iii(2), 91–102

Sedjati, 2018, Manajemen Pemasaran, Deepublish, 2018, Yogyakarta.

Sugiyono, 2017 Metode Penelitian Bisnis. Penerbit alfabeta, Bandung

Siti Khoziyah, Evawani Elysa Lubis, 2021, Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection Jurnal Ilmu Komunikasi | Vol. 10 No. 1, Maret 2021: Hal. 39-50 P-ISSN: 2252-665X | E-ISSN: 2176-1889 . DOI:10.22236/ jkms.v1i.345

Sri Rahayu, Yayak Heriyanto, 2021, Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ropang OTW Di Cempaka Putih Jakarta Pusat JUMABI Vol 1, (4), 2021, 289-296 Jurnal Administrasi Bisnis e-ISSN: 2775-2615 DOI: : ojs.stiami.ac.id/ind ex.php/JUMAB

Sri Mulyana, 2019, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Internet Di Kota Pekanbaru Jurnal Daya Saing, Volume 5 Nomor 1, February, 2019, p-ISSN : 2407- 800X e-ISSN : 2541-4356. DOI: <https://doi.org/10.35908/ijmpro>,

Tjiptono, F. 2017, Pemasaran Jasa. Edisi 1. Bayu Media Publising, Malang.

Theresia Pradiani , 2017, Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan JIBEKA Volume 11 Nomor 2 Februari 2017 : 46 – 53. ISSN : 2580-2062 ISSN : 2622-3368 Vol. 5 No. 2 (2021) pp.543-552 Doi : <https://doi.org/10.37339/jibeka.v5i2.74>

Ubaidillah S.F, 2018, Strategi Bauran Pemasaran Freeze Comunication Dalam Event Pameran Kuliner, Strategi Bauran Pemasaran Freeze Comunication dalam Event Kuliner, E-Journal BSI