

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2018). *Definition of marketing*. Retrieved from <https://www.ama.org/marketing-definition>
- Ashfa , Muhammad Rifqi (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli dan Pembelian Sebenarnya Tokopedia*. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen E-ISSN:2829-7547 Vol.2 No. 05, 2023*, pp 108-132.
- Asosiasi Futsal Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Pertumbuhan Industri Futsal di Indonesia*. Jakarta: AFI.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008-2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 11th Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Buskirk, R. S., & Davis, N. R. (2020). *Contemporary Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Cristina, Ekel Valeriana. 2017. *Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Produk Starbucks*. Skripsi pada Program Studi Manajemen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Tidak Diterbitkan.
- Dianita, Dessy Irma dan Arifin, Zinudin. 2018. *Pengaruh Brand Eksistensi dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone di Kota Malang (Survei pada Pengunjung Outlet OPPO Smartphone di Mall Plaza Malang)*. Skripsi pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Tidak Diterbitkan.
- Ekowati, T., et al. (2023). *Pengertian pemasaran: dari definisi sosial dan manajerial*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 8(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v8i1.7529>.
- Fitriyatus Sholichah, L., & Mardikaningsih, R. (2024). *Analisis Pengaruh Promosi Digital, Citra Merek, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sandal Dan Sepatu Di Kepuh*

- Kiriman Waru. Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 637–655.
<https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.196>
- Gunawan Aji, Novi Safitri, Rizki Nurfiti Wijaya, Wildan Dzikri Basilla, & Nadia Nadia. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Pekalongan)*. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 131–140.
<https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.276>
- Ikke Oktavianti, R., Nugroho, M., Sulisty, H., & Nurcholis, L. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Platform E-Commerce Blibli*. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(3), 1789–1801. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i3.2258>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson. (Dikutip dalam sumber sekunder).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG* (ed.). Cengage Learning.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, Pertama*. Surabaya: Unitomo Press, 2019).61.
- Munkachii, I., & Mandiuk, N. (2024). *Theoretical and methodological aspects of the concept of “marketing management”*. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*, 6(2). DOI :10.46299/j.isjmef.2024.03.06.06
- Mutasah , Miranda. (2025). *Pengaruh Promosi Online dan Online Customer Review Terhadap Niat Beli Produk Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Konsumen Kosmentik Somenthinc pada Gen Z di Kota Malang)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nunumete, Laura Stefanny. (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Anggota AMGPM Ranting Wayane I)*. Skripsi pada Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik

Negeri Ambon. Tersedia:
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/evandro,+25+Laura+n+dyne.pdf>

- R. Setyorini, N. Ngatno, and W. Hidayat, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 11, no. 4, pp. 657-665, Oct. 2022. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35930>
- Ramadhan, R. D., & Acep Samsudin. (2024). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Dee Coffee House Waru Sidoarjo. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5954–5964. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5043>. Tersedia: <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/5043>
- Rangkuti, F. (2017). *Digital Marketing dan Komunikasi Bisnis* (Edisi Revisi). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohman, D. T., Nurlia, Hardinata, E., & Yudha, M. N. (2025). *Analisis Digital Marketing Dapat Meningkatkan Purchase Intention Produk UMKM di Kabupaten Penajam Paser Utara*. *Jurnal GeoEkonomi*.
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page Publishers.
- Salsyabila, Shafira Ramadhanti. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli pada Marketplace Shopee*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa, Karawang. Tersedia: <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/8509/pdf>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Statista. (2024). *Instagram Users in Indonesia*. Statista Research Department.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Edisi 5. Yogyakarta: Andi.
- Widyastuti, Anisa. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Marketplace*. Vol.7 No.3 (2024): *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9301>