

DAFTAR PUSTAKA

- Balawera, A. 2018. *Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility. Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4), 2117–2129.
- Brestilliani, Lelly. 2020. *Pengaruh Brand Awaraness, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia)*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 9(2).
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2016. *Digital Marketing 6th edition: Strategy, Implementation and Practice*. England: Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. United Kingdom: Pearson.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Hani Handoko. 2016. *Manajemen Pemasaran. Analisis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Fadhila, Siti et al. 2020. *Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan*. SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan 8(1):53–60.
- Harahap, D. A. & Amanah, D. 2018. *Perilaku Belanja Online di Indonesia : Studi Kasus*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 2(1).
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kannan, P. K., & Li, H. 2017. *Digital marketing: A framework, review and research agenda*. International Journal of Research in Marketing, 34(1), 22–45.
- Kartajaya, Hermawan & Setiawan, Iwan. 2021. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, Philips & Keller, Kevin L. 2016. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philips & Keller, Kevin L. 2017. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philips & Keller, Kevin L. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran (6th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kruglanski & E. T. Higgins. 2018. *Handbook of theories of social psychology*. California: Sage Publications Ltd.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., & McDaniel, Carl. 2017. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luky. 2021. *Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Metal Gear Store)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.
- Meyliana. 2016. *Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya (Studi Kasus.: Perusahaan Retail Garment)*. Jurnal Seminar Nasional Informatika, 3(1).
- Mowen, Jhon dan Michael, C. 2019. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Muhfizar, et al. 2021. *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Mutoharoh, U., Saryono, O., & Setiawan, I. 2022. *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada PT. Bahana Cahaya Sejati Cabang Ciamis)*. Business Management And Entrepreneurship Journal, 4(4), 36.
- Nazir, Moh. 2016. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nugraha, Jefri Putri, dkk. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nugroho J.Setiadi. 2019. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif,. Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurmadhani Fitri., Suyuthi. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen Teori, Tujuan dan Fungsi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Peter, J. Paul dan Jerry C.Olson. 2016. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Buku 2 Edisi 9*. Jakarta: Erlangga.

- Purwana, Dedi dan Shandy, Aditya. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing. Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(4).
- Rohman, Abdul. 2017. *Dasar Dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.
- Ryan, Alif Zulfikar dan Mikhriani. 2017. *Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial*. Jurnal Among Makarti, 11(1).
- Sabila, Nur Amalina. 2018. *Digital Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2016. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk Leslie L. 2016. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk Leslie L. 2018. *Perilaku Konsumen (Edisi ke-7)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. 2019. *Consumer Behavior 12 Ed.* New York: Pearson. Education.
- Sholikah, Anik., Eunike, Raffy dan Rustiana, A. Y. 2021. *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Solomon, M. R., & Tuten, T. L. 2018. *Social Media Marketing*. New York: SAGE Publications.
- Strauss, J. dan Frost, R. 2020. *E-Marketing. (8th.ed)*, New York: Routledge.
- Sudaryo, Yoyo, Ayu Sofiati dan Nunung. 2020. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Depok : Penerbit Andi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, Danang. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran, Edisi Revisi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2016. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Wijaya et al., 2020. *MSDM: Membentuk SDM Unggul dan Kompetitif*. Tangerang: Media Sains Indonesia.
- Yazer, Nasdini. 2014. *Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying*. Journal of Strategic Marketing,. 19(6).