

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adirinekso, G. P., Judijanto, L., Arifin, Y., Simanjuntak, E. R., Wibowo, E., Fauziyah, N. N., et al. (2024). *Bisnis dan Ekonomi Digital (Sebuah Transportasi Ekonomi yang Dipengaruhi Dunia Digital)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Adrianto, dan Rohmah, N. (2025). *E-Logistik Peluang dan Tantangan Bisnis di Era Digital*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Afandi, A. (2023). *Digital Marketing: Strategi Unggul di Era Digital*. Medan: Umsu Press.
- Afdhal, Putri, D., Yusran, R., Martius, Herdiansyah, D., Riyanda, R., . . . Endawati. (2023). *Pengantar Ilmu Manajemen*. Padang: CV. Gia Lentera.
- Agustiani, I. N., Zebua, R. S., Kusyanda, M. R., Rusdiani, N. I., Hayani, N., dan Rizal, A. A. (2024). *Bukur Ajar Digital Marketing*. (Elfitra, Penyunt.) Jambi, Indonesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Andika, Y., dan Aji, R. P. (2025). *Pemasaran Media Sosial, Konsep, Platform dan Implementasi*. Padang: CV. Pustaka Inspirasi Minang.
- Andrian, Hadita, Nursal, F., dan Junawan. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Anjarwati, S., Rachmawati, M., Mustam, Asturi, M. T., Purwati, T., Evriza, E., et al. (2024). *Literasi Digital Bisnis*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Anggraeni, E. Y., Gumanti, M., Khumaidi, A., Nanda, A. P., Astuti, S., Puastuti, D., . . . Wati, R. (2022). *Buku Ajar E-Business dan E-Commerce*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Bayti, N., Deryane, I., Sufnirayanti, dan Putra, A. S. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Berbasis Influencer: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Batam: CV. Batam Publisher.
- Chrismardani, Y., dan . (2025). *E-commerce Konsep Dasar dan Implementasi untuk UMKM*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Chaffey, D., dan Chadwick, F. E. (2022). *Digital Marketing: Strategy, implementation, and practice (8th ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limite.

- Darna , N., Mulyatini , N., Setiawan , I., Budianto, A., dan Sukomo. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Sleman: Deepublish Digital CV Budi Utama.
- Dewi, N. N. (2021). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Surabaya: Desain Cover Azizur Rachman.
- Ekawati, N. W., Suparna, G., Rahanatha, G. B., Kusumasari, N. M., dan Pm, D. A. (2024). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Augmented Reality, Respon Positif dan Stickiness*. Bali: CV. Intelektual Nabifes Media.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, dan Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. PT. Nes Media Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H, Yulian. (2024). *Memfaatkan SEO, Konten dan Media Sosial untuk Sukses Digital Marketing*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Halin, H., Limakrisna, n., dan Pranowo, A. S. (2026). *Pemasaran dan Bisnis Konsep, Fisolofi, dan Studi Kasus*. Banyumas: Penerbit Wawasan Ilmu.
- Harahap, D. A., dan Amanah, D. (2018). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Harinie, L. T., Santoso, F. I., Dungair, P. P., Bestari, D. K., Wijaya, N. P., Bahri, K. N., et al. (2022). *Pemasaran Digital*. Bali: Infes Media.
- Hamsinah. (2022). *Pengantar Technopreneurship*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jaya, I. M. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Judijanto, L., Masri , M., dan Sepriano. (2025). *Digital Marketing (Strategi Pemasaran Pada Era Digital*. Jambi: Penerbit Buku Sonpedia.
- Juliana, Pramezwary, A., Djakasaputra, A., dan Tarigan, S. A. (2021). *Dasar-dasar Manajemen*. (M. Nasrudin, Penyunt.) Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education.

- Kotler, P., Kartajaya, H., dan Setiawan, i. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc.
- Krasniak, M., Zimmerman, J., dan Ng, D. (2021). *Social media marketing All In One* (5th ed.). Canada: Jhin Wiley dan SONS.
- Kurniawan, P., Yohny, A., dan Jufri, A. (2023). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: Selat Media Partner.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Manafe, D. (2025). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Jambi: PT. Son Pedia Publishing Indonesia.
- Nalurita, F., Judijianto, L., Kusumastuti, S. Y., dan Sutoyo, S. (2026). *E-commerce (Optimalisasi dalam Membangun Bisnis melalui Teknologi Informasi)*. Jambi: Penerbit Buku Sonpedia.
- Novitasari, E. (2021). *Dasar-dasar Manajemen Pengantar Menguasai Ilmu Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Anak Hebat Indonesia.
- Nugroho , D. A., dan Suryadi, N. (2023). *Dasar-dasar Digital Marketing; Teknologi, Media Sosial, dan Strategi*. Malang: UB Press.
- Nuryakin, R., Elwadinata, F., Gustiana, I. S., Jenita, Andayani, S. U., Muhammad, L. F., et al. (2025). *Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Digital*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Pattiasina, R. Y., Judijanto, L., Syarifah, Sentosa, E., Mahendra, G. S., Puspitasari, K. A., et al. (2025). *Digital Marketing (Teori, Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Prastowo , S. L., Hamzah , W. , Az-Zahra , A. M., Syahira , A., Olivia , N., Winata , N. A., et al. (2024). *Strategi Pemasaran di era Digital*. Banten : Pt. Catalyst Development Partners .
- Purnaningrum , T. K., Kudijanto , L., Manoma , S., Kusumastuti , S. Y., Hariyanti , D., Pakpahan , A. K., et al. (2025). *Teknologi Keuangan dan Pertumbuhan Ekonomi*. Jambi: Penerbit Buku Sonspedia.
- Rohman, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang, Indonesia: Intelegensia Media.
- Romandang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H., Manuhtu, M., Sudarso, A., et al. (2020). *Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., dan Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sjukun, Sufitri, V., Karya, D., Fauzar, S., dan Risnawati. (2024). *Pemasaran Di Era Digital*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Sriminarti, N., Yustisi, Y. P., dan Hariman, R. I. (2024). *Buku Ajar E-Commerce*. Jambi: PT. Sonpedia Publising Indonesia.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., dan Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: CV. Ani.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyanto, A., Sukmayuda, B. C., Andiyana, E., dan . (2024). *Perilaku Konsumen 5.0*. Sukaharjo: Penerbit Pradina Pustaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. W. (2025). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surdaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suriadi, dan Setyarso, I. (2024). *Teknologi Sosial Era Disrupsi*. Indramayu: PT. Adab Indonesia.
- Tambunan, T. S. (2023). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Terry, G. R., dan Rue, L. (2019). *Dasar-dasar Manajemen* (Edisi Revisi ed.). (B. S. Fatmawati, Penyunt.) Jakarta: Bumi Aksara.
- Wicaksono, W., Suyatin, dan Wicaksono, N. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Wulandari, A., dan Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta
- Yusuf, M., dan Ifada, N. (2021). *E-Commerce Konsep dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Artikel

- Abighail, B. M., Fachrifansyah, Firmanda, M., Anggreany, M., Harvianto, & Gintoto. (2023). Sentiment Analysis E-commerce Review. *Procedia Computer Science*, 1039-1045. doi:doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.613
- Aisyah, N., Idris, A. A., Haeruddin, M. I., Musa, C. I., dan Kurniawan, A. W. (2024). Pengaruh Penerapan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Unit Usaha Kopma "Almamater" UNM. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1 no:5, 8548-8559.
- Adiyasa , R., Darna , N., dan Kasman. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi Pada Bank BPR Artha Galunggung Cabang Cikatomas. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 5(4), 85-97. doi:10.25157/bmej.v5i4.6562.
- Alnaser, F., Alghizzawi, M., Abualfalayeh, G., Omesih, F., Alharthi, S., dan Alkoni , S. (2024). The Impct od Social Media Marketing Activities on Purchase Intention. *International Review of MAnagement and Marketing*, 14(6), 288-300.
- Amini, A., Harini, D., dan Mulyani, I. D. (2024). Pengaruh Sistem Pembayaran Digital, Cita Rasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rajaswa Coffee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2, No.7 , 79-92.
- Apriandi, D. W., Najmudin, Karnowati, N. B., dan Prakoso, F. A. (2023). How *Digital payment and Social media marketing* Affect Purchase Decisions Of Subang Culinary SME Customer, Indonesia. *International Journal of Science, Technology dan Management*, 768-733.
- Asraini, D. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT> Nusantara Surya Sakti Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2 No 1, 1-23.
- Dinata, V. M., Manik, D. E., dan Situmorang, I. R. (2023). The Effect of Using E-Payment and Social Media on Purchasing Decisions at Alfamart in Medan City. *Proceeding of International Business and Economic Conference (BEC)*, 2, 39-50.
- Fatimah , O. M., dan Syamsiah. (2023, Oktober). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Self Efficacy, Peceived Ease of Use, dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Studi Pada Pengguna Fitur Layanan GoPay di STIE Madani Balikpapan tahun 2019). *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 9 (2), 1-15.
- Fauziah, S. A., dan Ashfiasari , S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Pyamnet System Pada Pengguna

- E-Wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS)*, 1 (4), 307-317.
- Fetais, A., Algharabat , R., Aljafari , A., dan Rana, N. (2022). Do *Social media marketing* Activities Improve Brand Loyalty? An Empirical Study on Luxury Fashion Brands. *Information Systems Frontiers*, 795-817. doi:<https://doi.org/10.1007/s10796-022-10264-7>
- Hadi, A., Fitriadi , dan Gaffar , E. U. (2023). Pengaruh Investasi Swasta dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 20(1), 115-127.
- Hanjaya , B. S., Budiharjo , B. S., dan Hellyani , C. A. (2023). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1 no.3 , 92-101.
- Herdiana, D., Darna, N., dan Muhidin, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchasing Decisions Online Shop (Suatu Studi Pada Konsumen Amir Cell Cijulang). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 5, No.4 , 108-121.
- Herlina, N., Susanti , Y., dan Ramadhan, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Inovation and Entrepreneurship Journal*, 03, 210-216. Diambil kembali dari [10.35899/biej.v3i3.311](https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.311)
- Kalangit, L. M., Lolowang, T. F., dan Rori, Y. P. (2025). Pengaruh Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Especto Coffee Manado*. *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan, Sosial dan Ekonomi)*, 21 No:1, 953-960.
- Khairunnisa, S., Budiyaniti, H., dan Haeruddin, M. I. (2022). Pengaruh Social media marketing Instagram, Brand image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada MS GLOW (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor MS GLOW Panakkukang di Kota Makassar). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 110-126.
- Kireev, V., Nekrasova, M., Shevchenko, E., Alpatskaya, I., Manushkin, S., & Povorina , E. (2016). Marketing Management as the Realization Process of Research, Production and Sale Activity of the Enterprise. *International Review of Management and Marketing*, 229-234.
- Laksmiana, I. N., Kusuma, I. E., dan Landra, I. N. (2018). Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Loyalty at Pt. Harmoni Permata Gianyar, Bali. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 20610-20617.

- Lisgianto, D. (2023, July 01). Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Seoul Cafe* Tanjungpinang. Dipetik November 13, 2025, dari Repositori *STIE Pembangunan Tanjungpinang*: <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/eprint/771/>
- Lutfia, S., Kasno, dan Lukiana, N. (2021). Pengaruh Gaya HIDUP, Brand Image, dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus Pada Aiey Club, KS Club, dan Dena's Club). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 4 No:1, 105-110.
- Ly, R., & Ly, B. (2024). Digital payment systems in an emerging economy. *Sciencedirect*, 100517. doi:doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100517.
- Manik, R., dan Soegesti, D. G. (2025). The Influence Of Social Media Promotion And Electronic Payment System On Process Decision: Kes Tadi From User Of Shopee In Bandar Lampung Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 6(1), 150-161.
- Mongi, G. T., Rogahang, J. J., dan Walangitan , O. (2025). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna OVO di Kota Manado. *Productivity*, 10-15.
- Mubarokah, A. I., Iskandar, Y., dan Lestari, M. N. (2022). Pengaruh *Social media marketing* Dan Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Diamond Victory Merch Store). *Business Management and Entrepreneurship*, 4, No 3, 12-18.
- Nurhalimah. (2021). Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioural Intention Penggunaan Marketplace Pada UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Dimensi*, 1(1), 1-8.
- Pragoyo , M. A., dan Setyawan , A. (2023). Pengaruh Perceived Creidbility, reputation, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Smartphone. *Journal of Economics Business Finance and Accounting*, 1(1), 17-30. doi:10.53088/jebfa.v1i1.2132
- Rimbasari , A., Widjayanti , R., dan Thahira , A. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Platform TikTok. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6 (2), 457-466.
- Rindah, J. G., Landeng, L. S., dan Mandey, Y. M. (2023). Pengaruh Citra Rasa, Persepsi Harga dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea di Tumpaan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 4, 315-324.

- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D., dan Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16, No.1, 107-126.
- Salsabila, F., Susanti, V., dan Ermawati, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Digital payment dan Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2 No.4, 71-91.
- Sangeroki, R. Y., dan Gunawan, E. M. (2025). The Influence Of *Social media marketing* and *Digital payment* on Purchase Decision of Gen Z at MSMEs, Sunbae Kawasan Megamas Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 13, No.4, 504-513.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., dan Persada, S. F. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap *Online Engagement*: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*, 6(1), 217-221.
- Saputri, K. W., dan Jumino. (2024). Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id. *Journal Undip*, 8, 41-54.
- Sumarto, C., dan Anggarawati, S. (2024). Pengaruh Social media marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Trust: Studi Kasus pada Produk SKECHERS di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 6, 5270-4287.
- Suryanto, Muhyi, H. A., dan Kurniati, P. S. (2022). Penggunaan Digital payment Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7 No.1, 55-65.
- Syamsudin, S., Juanna, A., dan Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Digital payment dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Shopee. *EL-ECONOMICA*, 1 No.1, 1-9.
- Tanti, G. A., dan Dewi, P. E. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 11 No.2, 320-330.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., dan Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4, 60-75.
- Triana Defi, Sukoco, H., Farisi, H., dan Safitri, A. (2024). Pengaruh suasana cafe, gaya hidup, kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada

konsumen cafe. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 6492-6501. doi:3046-4560

Vieira, A. D., Wahono, B., dan Batomi, M. (2025). Pengaruh Budaya Digital, Digital payment, Teman Sebaya, Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *e-jurnal Riset Manajemen*, 14 No.1 , 2294-2304.

Wardani, M. K. (2023, Oktober 4). Pengaruh Pembayaran Digital, E-Marketing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Dipetik November 13, 2025, dari webmaster@steykpn.ac.id: <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/1855>

WINIARSKA, M., & KIZIELEWICZ, J. (2023). Process management in organizations – a discussion on terminology. *Management*, 21(1), 21-38. doi:10.58691/man/168612