

## DAFTAR PUSTAKA

Ali, I.I. *et al.* (2019) ‘Faktor Penghambat Dan Pendukung Badan Usaha Milik Desa Pada Kawasan Pertambangan Emas Di Sumbawa Barat’, *Sosiohumaniora*, 21(3), pp. 355–364. Available at: <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464>.

Haryanti, S., Mursito, B. and Sudarwati (2019) ‘Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta’, *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), pp. 144–151.

Izzah Nur Masyithoh and Ivo Novitaningtyas (2021) ‘Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia’, *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). Available at: <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>.

Mawardi, K. (2018) ‘Dampak Pemasaran Digital Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening’, *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), pp. 1–8. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>.

Mulyansyah, G.T. and Sulistyowati, R. (2020) ‘Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya’, *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), pp. 1097–1103. Available at: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.

Rachmawati, S.D. and Andjarwati, A.L. (2020) ‘Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan ) ( The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions ( Study of JNE Express Users in South Surabaya ))’, *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, VII(1), pp. 25–29.

Sofiaty, N.A. *et al.* (2022) ‘Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Citra Perbankan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variable Intervening’, *Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, 24(1), pp. 98–106.

Sumarga, H.E., Febrianto, H.G. and Fitriana, A.I. (2022) ‘Volume . 24 Issue 3 ( 2022 ) Pages 537-546 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 ( Print ) 2528-150X ( Online ) Keputusan pembelian

produk umkm kuliner di kota Tangerang : digital marketing dan influencer Decision to purchase culinary MSME products in Tangerang city : digital marketing and influencers’, 3(3), pp. 537–546. Available at: <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11442>.

Taufikqurrochman, A., Juliati, R. and Irawati, S. (2021) ‘The Impact of E-Service Quality and Price on Customer Satisfaction of Tokopedia’, *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 1(2), pp. 88–96. Available at: <https://doi.org/10.22219/jamanika.v1i2.16995>.

Wibisono, A. and , S. (2016) ‘Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan’, *PERFORMANCE ‘Jurnal Bisnis & Akuntansi’*, 6(2), p. 32. Available at: <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>.

Μηχανικων, T.M. *et al.* (2020) ‘No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title’, *Kaos GL Dergisi*, 8(75), pp. 147–154. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp:>

ANWAR, K. (no date) ‘Pengaruh Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap’, *Epub.Imandiri.Id* [Preprint]. Available at: [http://epub.imandiri.id/repository/docs/TaSkripsi/Skripsi\\_KhoerulAnwar\\_381741032.pdf](http://epub.imandiri.id/repository/docs/TaSkripsi/Skripsi_KhoerulAnwar_381741032.pdf).

(Aditia et al., 2021)Aditia, A. et al. (2021) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen’, *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), pp. 104–114. Available at: <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>.

Dewi, W.S., Hasiolan, L.B. and Minarsih, M.M. (2016) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening’, *Journal of Management*, 2(2).

Fadhli, K. and Pratiwi, N.D. (2021) ‘Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), pp. 603–612. Available at: <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>.

Harto, B., Rozak, A. and Rukmana, A.Y. (2021) ‘Strategi Marketing Belah Doeren

Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image', ... *Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), pp. 67–74. Available at: <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1>.



