

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ajzen, Icek. 1991. Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Issue 2, p: 179-211
- Al-Quran Surah Al-Ahzab ayat 59
- Angraeni, Baharuddin, & Mattalatta. 2019. *Jurnal Mirai Management*. 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Daniel Laksana And Diah Dharmayanti, 2018, “*Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectual capital Dan perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No.1. Hal. 13.
- Dave Chaffey, F. E. C. 2016. *Digital Marketing, 6/E*. London: 968-1292077611.
- Duyen, Tran Nhu My. 2016. Beauty Bloggers’ Influence on Vietnamese Young Consumers. *Thesis Degree Programme in International Business*. Faculty of Business Administration, Saimaa University of Applied Sciences. Diakses tanggal 17 feb 2023.
- Elbahar, C., & Syahputra. 2021. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie*. *E-Proceeding Of Management*, 8(2), 1244–1251.
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. 2018. *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*|Vol, 63(1), 187–196.
- Elsa, A. dan Samboro, J. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian di Bandoeng Guest House Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 3 No. 1. 2017. Diakses tanggal 17 Feb 2023.

- Etta Mamang Sangadji & Shopiah, 2013, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset).
- Fandy Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Cusoemer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*.
- Firmansyah, Anang. 2019, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haramini, N., & Rachma, N. 2019. *Pengaruh Promosi, Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 95–111. *Jurnal Riset Pemasaran*.
- Hartono, Jogiyanto dan Abdillah, 2009, *Konsep dan Aplikasi PLS, BPFE*, Yogyakarta
- Hasan, A. 2011. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Husein Umar. 2015. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2. Cetakan ke-13*. Jakarta : Rajawali Pers
- Husna, Asmaul dan Budi Suryana, 2017. *Metodologi Penelitian Dan Statistik, Pusat Pendidikan Sumber Daya Kesehatan*. (Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Kesehatan)
- I. K. A. Wiranata, A. A. P. Agung, and I. M. S. Prayoga, 2021, “*Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan*,” *J. EMAS*, vol. 2, no. 3, pp. 133–146.
- Jaya, I. G., & Sumertajaya, I. M. 2008. *Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square. Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika 2008 (pp. 118-132)*. Yogyakarta: FMIPA Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kartika, L. N., & Rino, M. M. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk Dan PemasaranDigital Terhadap Keputusan Pembelian Bioskop Cinema Xxi*

- (Studi Pada Mahasiswa di D.I Yogyakarta). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 31. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.370>
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Manajement* (14th ed.). New Jersey Pearson Prestice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin, L. Keller. 2016. *Marketing Manajemen*, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Kuncoro, Mudrajad.2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. 2019. *Implementasi Digital marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).<https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.349>
- Marhaeni S. Eka, Tutut P. Ratna. 2014. *Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone*. *Jurnal Sosioteknologi* Vol. 13 No. 3, Desember 2014. Bandung: Universitas Telkom.
- Maulana, Y. .2017. <http://swa.co.id/swa/csr-corner/yuswohady-ukm.harus-manfaatkan-perkembangan-digital>. Diakses tanggal 28 Februari 2023.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hlm. 203
- Muhammad Wicaksono. 2017. *Analisis Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Narasumber Tasya Chairunnisa, Mahasiswi UIN RF. Wawancara pada bulan mei 2023.
- Rafael B. L., dan Herwin.2017. *Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Penguang Transportasi Berbasis Online*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol. 2 No.3 (2017). Diakses tanggal 17 Feb 2023.

- Ria Fitri Astusi, 2018, “ *Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, Persepsi harga dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*”, Skripsi, FEBI IAIN Surakarta.
- Rusydi Abubakar. 2018. *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta)
- Safitri, E. 2020. Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eza Mandiri Tahu Tuna Pak Ran Pacitan. In Skripsi
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. 2020. *Analisis Pengaruh Beauty vlogger Sebagai Reference Group , Lifestyle Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy (Studi Pada Mahasiswi STIE Putra Bangsa Kebumen)*. *Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(5), 788–801.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Surachman. 2011. *Dasar-dasar manajemen merek*. Banyu media: Malang.
- Tahbita Ratna Prasastiningtyas & Djawoto, 2016 , “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler*”, *Jurnal: Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 7, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, 2016. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Wardhana, A. 2015. Strategi *Digital Marketing* dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.
- Wawan Sobari, *Template Penulisan Metode Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Bidang Ilmu Politik* (Malang: Inara Publisher, 2023).
- Wawancara dengan Adelia Larasati, tanggal 9 2023, di Kampus B, UIN Raden Fatah Palembang

Wawancara dengan Dwi Putri Ristiani, tanggal 9 2023, di Kampus B, UIN Raden
Fatah Palembang

Wijoyo,Hadion. et al. 2021. Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi.
Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.

www.indonesia.go.id, diakses pada tanggal 28 *february* 2023

Yoyo Sudaryo dkk, 2020, *Digital Marketing dan Fine Tech di Indonesia*,
(Yogyakarta: Andi OFFSET).