

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.277>
- Andiyani, R. A., & Susandy, G. (2022). Marketing Management Studies The Impact Of Online Marketing Influencers On Consumer Purchase Decisions. *Marketing Management Studies*, 2(2), 152–165. <https://doi.org/10.24036/Mms.V2i2.292>
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why Customers Buy An Online Product? The Effects Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing And Online Customer Reviews. *Lbs Journal Of Management & Research*. <https://doi.org/10.1108/Lbsjmr-09-2022-0052>
- Arti Sukma Lengkawati, & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. In Pt Raja Grafindo Persada.
- Autoridad Nacional Del Servicio Civil. (2021). Manfaat Digital Marketing. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Bahri, S., & Arafah, N. (2021). Analisis Manajemen Sdm Dalam Mengembangkan Strategi Pembelajaran Di Era New Normal. *Tafkir: Interdisciplinary Journal Of Islamic Education*. <https://doi.org/10.31538/Tijie.V1i1.2>
- Baker, M. J., & Hart, S. (2016). The Marketing Book: Seventh Edition. In *The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Boroch, R. (2018). Book Review: Older Tourist Behavior And Marketing Tools. *Anthropology & Aging*. <https://doi.org/10.5195/Aa.2018.196>
- Crystrie, D. A., & Sartika, S. H. (2022). Apakah Influencer Marketing Berpengaruh Pada Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Generasi Z? *Dhara. Jembatan: Jurnal Ilmiah*, 19(1).
- Dahlan, & Iriawan, H. (2018). Pengaruh Manajemen Sdm Dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jakpp: Jurnal Analisis Kebijakan Dan Pelayanan Publik*.
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.30829/Ajei.V7i1.10586>

- Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A., & Prado-Roman, C. (2019). Research Challenges In Digital Marketing: Sustainability. Sustainability (Switzerland). <https://doi.org/10.3390/Su11102839>
- Dunakhe, K., & Panse, C. (2022). Impact Of Digital Marketing – A Bibliometric Review. In International Journal Of Innovation Science. <https://doi.org/10.1108/Ijis-11-2020-0263>
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Mart Banjaran. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V11i3.154>
- Eneng Wiliana, & Nining Purwaningsih. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa Covid-19. Mamen: Jurnal Manajemen. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V1i3.641>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. Prosiding Senapenmas. <https://doi.org/10.24912/Psenapenmas.V0i0.15157>
- Foxall, G. R. (2018). Strategic Marketing Management. In Strategic Marketing Management. <https://doi.org/10.4324/9781315062150-220>
- Gaol, F. P. Br Lumban, Purwaamijaya, B. M., & Sarah, S. (2023). The Influence Of Viral Marketing And Influencer Marketing. 3, 1–7.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Untuk Bersaing Di Era Pandemi. Competitive.
- Hasan, A. (2018). Marketing Dan Khusus-Khusus Pilihan. In Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Hasibuan, M. S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan Ke-18)(Revisi Ed.). Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Irwan, & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Ban Forklift Merek Annair Di Kota Batam). Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis, 1(4), 609–624.
- Jatmiko, Anggarani, A., & Sudarwan. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. In Universitas Esa Unggul.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap

Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* | Pearson. In Pearson.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. In Jakarta.

Kotler, Phillip. (2018). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.

Laila Dairina, & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Produk Sepatu Merek Converse). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 33(1), 1–12.

Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Prismakom*.

Leung, F. F., Gu, F. F., Li, Y., Zhang, J. Z., & Palmatier, R. W. (2022). Influencer Marketing Effectiveness. *Journal Of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429221102889>

Leung, F. F., Gu, F. F., & Palmatier, R. W. (2022). Online Influencer Marketing. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>

Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). The Effect Of Social Mission On Service Quality And Brand Image. *Journal Of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>

Litmanen, H. C., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @Bloomcoffeejkt). *Prologia*. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10113>

Mandiri, L. N. P., Jamhari, J., & Darwanto, D. H. (2022). Influencer Marketing Affect Consumer Purchase Decisions On Cimory Product. *Agro Ekonomi*, 33(2), 80. <https://doi.org/10.22146/ae.73195>

Muslih, M., Nasution, M. I., & Mentari, K. (2021). The Influence Of Celebrity Endoser And Product Quality On Purchase Decision Through Brand Image As Intervening Variabel In Wardah Cosmetic. *Proceeding International Seminar On Islamic Studies*, 2(1), 412–432.

Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*.

Noviani, L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Dalam Melakukan Pembelian Online Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Retail*.

Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). *Business*

Strategy And The Management Of Digital Marketing. *Business Horizons*.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.12.004>

- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi: Jurnal Ekonomi*.
<https://doi.org/10.31967/Relasi.V18i1.531>
- Puspitasari, L., Nugroho, B., & Program, E. S. (2023). *Probisnis: Jurnal Manajemen The Influence Of Shopee Digital Marketing , Influencer Marketing , Online Customer Reviews On Purchasing Decisions At Diva Solo Stores During The Pandemic*. 14(2), 344–351.
- Putri, D., & Rahayu, Y. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pada Fintech Syariah (Studi Pada Erahn . Id). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.510>
- Sari, A. J., & Cahya, A. D. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i2.644>
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen*.
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication Of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal Of Interactive Mobile Technologies*.
<https://doi.org/10.3991/Ijim.V14i05.13351>
- Sutra, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Kartu Telkomsel. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*.
- Syahidah, R. A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Di Masa Pandemi Covid 19. *Humanis*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jempper: Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174.

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.277>
- Andiyani, R. A., & Susandy, G. (2022). Marketing Management Studies The Impact Of Online Marketing Influencers On Consumer Purchase Decisions. *Marketing Management Studies*, 2(2), 152–165. <https://doi.org/10.24036/Mms.V2i2.292>
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why Customers Buy An Online Product? The Effects Of Advertising Attractiveness, Influencer Marketing And Online Customer Reviews. *Lbs Journal Of Management & Research*. <https://doi.org/10.1108/Lbsjmr-09-2022-0052>
- Arti Sukma Lengkawati, & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. In Pt Raja Grafindo Persada.
- Autoridad Nacional Del Servicio Civil. (2021). Manfaat Digital Marketing. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Bahri, S., & Arafah, N. (2021). Analisis Manajemen Sdm Dalam Mengembangkan Strategi Pembelajaran Di Era New Normal. *Tafkir: Interdisciplinary Journal Of Islamic Education*. <https://doi.org/10.31538/Tijie.V1i1.2>
- Baker, M. J., & Hart, S. (2016). *The Marketing Book: Seventh Edition*. In *The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Boroch, R. (2018). Book Review: Older Tourist Behavior And Marketing Tools. *Anthropology & Aging*. <https://doi.org/10.5195/Aa.2018.196>
- Crystrie, D. A., & Sartika, S. H. (2022). Apakah Influencer Marketing Berpengaruh Pada Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Generasi Z? Dhara. *Jembatan: Jurnal Ilmiah*, 19(1).
- Dahlan, & Iriawan, H. (2018). Pengaruh Manajemen Sdm Dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jakpp: Jurnal Analisis Kebijakan Dan Pelayanan Publik*.
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.30829/Ajei.V7i1.10586>

- Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A., & Prado-Roman, C. (2019). Research Challenges In Digital Marketing: Sustainability. Sustainability (Switzerland). <https://doi.org/10.3390/Su11102839>
- Dunakhe, K., & Panse, C. (2022). Impact Of Digital Marketing – A Bibliometric Review. In International Journal Of Innovation Science. <https://doi.org/10.1108/Ijis-11-2020-0263>
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Mart Banjaran. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V11i3.154>
- Eneng Wiliana, & Nining Purwaningsih. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa Covid-19. Mamen: Jurnal Manajemen. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V1i3.641>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. Prosiding Senapenmas. <https://doi.org/10.24912/Psenapenmas.V0i0.15157>
- Foxall, G. R. (2018). Strategic Marketing Management. In Strategic Marketing Management. <https://doi.org/10.4324/9781315062150-220>
- Gaol, F. P. Br Lumban, Purwaamijaya, B. M., & Sarah, S. (2023). The Influence Of Viral Marketing And Influencer Marketing. 3, 1–7.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Untuk Bersaing Di Era Pandemi. Competitive.
- Hasan, A. (2018). Marketing Dan Khusus-Khusus Pilihan. In Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Hasibuan, M. S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan Ke-18)(Revisi Ed.). Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Irwan, & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Ban Forklift Merek Annair Di Kota Batam). Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis, 1(4), 609–624.
- Jatmiko, Anggarani, A., & Sudarwan. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. In Universitas Esa Unggul.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap

- Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* | Pearson. In Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. In Jakarta.
- Kotler, Phillip. (2018). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Laila Dairina, & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk(Studi Pada Produk Sepatu Merek Converse). *At-Tawassuth:Jurnal Ekonomi Islam*, 33(1), 1–12.
- Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Prismakom*.
- Leung, F. F., Gu, F. F., Li, Y., Zhang, J. Z., & Palmatier, R. W. (2022). Influencer Marketing Effectiveness. *Journal Of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429221102889>
- Leung, F. F., Gu, F. F., & Palmatier, R. W. (2022). Online Influencer Marketing. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>
- Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). The Effect Of Social Mission On Service Quality And Brand Image. *Journal Of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>
- Litmanen, H. C., & Sari, W. P. (2021). Analisis Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Instagram @Bloomcoffeejkt). *Prologia*. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10113>
- Mandiri, L. N. P., Jamhari, J., & Darwanto, D. H. (2022). Influencer Marketing Affect Consumer Purchase Decisions On Cimory Product. *Agro Ekonomi*, 33(2), 80. <https://doi.org/10.22146/ae.73195>
- Muslih, M., Nasution, M. I., & Mentari, K. (2021). The Influence Of Celebrity Endoser And Product Quality On Purchase Decision Through Brand Image As Intervening Variabel In Wardah Cosmetic. *Proceeding International Seminar On Islamic Studies*, 2(1), 412–432.
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*.
- Noviani, L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Dalam Melakukan Pembelian Online Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Retail*.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). *Business*

Strategy And The Management Of Digital Marketing. *Business Horizons*.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.12.004>

- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi: Jurnal Ekonomi*.
<https://doi.org/10.31967/Relasi.V18i1.531>
- Puspitasari, L., Nugroho, B., & Program, E. S. (2023). *Probisnis: Jurnal Manajemen The Influence Of Shopee Digital Marketing , Influencer Marketing , Online Customer Reviews On Purchasing Decisions At Diva Solo Stores During The Pandemic*. 14(2), 344–351.
- Putri, D., & Rahayu, Y. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pada Fintech Syariah (Studi Pada Erahn . Id). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.510>
- Sari, A. J., & Cahya, A. D. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i2.644>
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen*.
- Soedarsono, D. K., Mohamad, B., Adamu, A. A., & Pradita, K. A. (2020). Managing Digital Marketing Communication Of Coffee Shop Using Instagram. *International Journal Of Interactive Mobile Technologies*.
<https://doi.org/10.3991/Ijim.V14i05.13351>
- Sutra, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Kartu Telkomsel. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*.
- Syahidah, R. A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Di Masa Pandemi Covid 19. *Humanis*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jempper: Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174.