

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, S., Setiawan, A. D., & Handayani, T. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Digital Marketing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 6(2), 377-384.
- Aryani, D. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang. *Jurnal EMBA*, 10(3), 953-964.
- Bulan, S. R., & Sudrajat, A. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dede Solihin. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikayla Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Dewi, S., Farida, R., & Handayani, E. (2020). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Mandi Anak. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 239248.
- Dita Feby Puspita, Cicik Harini, D. K. J. (2022). “Pengaruh Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” (Studi Kasus di Kota Semarang). *Journal of Management*, 8(2).
- de Bruin, M., Ringelberg, H., Slootweg, M., & Wever, W. G. (2021). The impact of 24/7 availability on customer experience and employee well-being. *Journal of Service Management*, 32(6), 854-879.
- Fandy Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Fadhli, M., & Pratiwi, D. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 223-234.
- _____. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 111-122.

- Fadhli & Pratiwi (2021): Dampak Digital Marketing terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 142-154.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pustaka Cendekia.
- Gilbert, A., & Sesilia, O. (2019). *Trend Industri Fesyen Di Indonesia*. binus.ac.id.
<https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyen-di-indonesia/>
- Ghozali. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A., & Iskandar, A. (2019). Minat beli konsumen terhadap produk makanan halal di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Agroekobisnis*, 5(1), 1-10.
- Harto, C., Nugroho, S. W., & Listiana, R. A. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gen Z Melalui Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 1-10.
- Harto, A., Rizak, M. R., & Rukmana, R. (2021). Penggunaan Media Sosial oleh Perusahaan di Indonesia: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Manajemen*, 21(2), 221-234.
- Haudi, S., et al. (2022). The impact of social media marketing on customer acquisition and retention: A meta-analysis of the literature. *Journal of Business Research*, 117, 342-358.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 24(1), 74-83.
- Kharisma, D. A., & Hutasuhut, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik di The Body Shop Mall Olympic Garden. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 13(2), 105-116.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran (15th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sabun Mandi Lifebuoy Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(2), 223-232.
- Khasanah, E. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 223-236.
- Kerdpitak, C. (2022). *The effects of innovative management, digital marketing, service quality and supply chain management on performance in cultural tourism business. Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 771–778. Liya, N., Sari, R.
- Rosdiana, R., Dwiyaniti, E. S., & Hayati, R. (2019). The Effect of Product Information and Consumer Knowledge on Consumer Judgment and Purchase Decisions. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 6(2), 117-126.
- Masyitoh, D. N., & Novitaningtyas, D. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 7(2), 115-124.
- Mewoh, A. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Elektronik di Kota Medan. Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Rahmawati, et al. (2022). *Perancangan Kuesioner Analisis Penerimaan E-Tax Menggunakan Technology Acceptance Model(TAM)*. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25-35.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior*. Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer behavior*. Pearson Education.

- Schifman, L. K. (2018). *Perilaku Konsumen (Ketujuh)*. Alih Bahasa: Zoelkifli.
- Sadiyah, K., Rahayu, R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Asuransi PT.Prudential Life Assurance Cabang Sukun, Jln. Simp Sukun Malang . Jiagabi, 163-169.
- Shabrina, C., & Budiatmo, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Generasi Z di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka*, 15(1), 1-10.
- Salya, A. (2016). *Pemasaran Internet dan Digital*. Yogyakarta: CV Pustaka Cendekia Utama.
- Satyo, Fatwan. (2019). Mediasi Intellectual Capital atas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, 11(2), 46-53.
- Sari, D. R., Harliyani, & Sanjaya, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Fashion Halalan di Yogyakarta (Studi Kasus Konsumen Nadiraa Hijab di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 1-10.
- Suhardi, I., & Irmayanti, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepatu Converse Di Toko Sepatu Sepatu Grosir Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2), 189-200.
- Salim, S. A., Rachma, N., & ABS, M. K. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Ekuitas Merek dan Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(2), 145-158.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabet.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Manajemen Merek (Edisi ke-8)*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2020.*Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.2020.pp.21-125

Yogastrian, F., & Imawati, E. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Otomotif di Era Industri 4.0. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 15(2), 225-236.

_____. Pedoman Penulisan Skripsi. (2021). Prodi Manajemen FEB UMK.

