

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(1), 39–49.
- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 250–259
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing UKM yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193.
- Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Pustaka Belajar.
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, 1(1), 77–88.
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*. 6(3), 2022.
- Babić Rosario, A., De Valck, K., & Sotgiu, F. (2020). Conceptualizing the electronic word-of-mouth process: What we know and need to know about eWOM creation, exposure, and evaluation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 422–448.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *M. Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Candra, A. I., Hendy, H., Pratikto, H., Gunarto, A., & Sumargono, S. (2021). Digital marketing untuk kewirausahaan pesantren di masa pandemi covid-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–6.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Danit Anggi Muninggar, & Aulia Rahmadini. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal*.
- Devi, S., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Peran e-Wom e-Service Quality dan e-Trust dalam Menentukan Keputusan Pembelian. *Jesya*.
- Donthu, N., Kumar, S., Pandey, N., Pandey, N., & Mishra, A. (2021). Mapping the electronic word-of-mouth (eWOM) research: A systematic review and bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 135, 758–773.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Fillayata, V. E., & Mukaram, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 969–976.
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital marketing. In *Handbook of the Economics of Marketing* (Vol. 1, pp. 259–290). Elsevier.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*

*Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.

Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*.

Khairati, W., Salfadri, ;, & Yulistia, ; (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA ROTI 99 CUPAK KABUPATEN SOLOK THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, PROMOTION AND PRICE ON CONSUMEN INTEREST IN 99 CUPAK BREAD BUSINESS, SOLOK REGENCY. *JUNI*, 4(2), 227–240.

Khoirun Nisa', N., & Sudarwanto, T. (2022). *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>

Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.

Kotler. (2004). *Manajemen Pemasaran 2* (Edisi Milenium). PT. Ikrar Mandiri.

Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. Indeks.

Kotler. (2007). *Prinsip– Prinsip Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat.

Kotler  
. (2009). *Prinsip– Prinsip Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat.

Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). *Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:219138593>

Memon, M. A., Ramayah, T., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). PLS-SEM statistical programs: a review. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 1–14.

Mustika, W., & Kurniawati, D. M. (2020). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP MINAT BELI HANDUK PADA MARKETPLACE “X.”*

- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.
- Nugroho, Z. D., & Widiarti, P. W. (2021). Pengaruh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4).
- Nuraidah, N., & Megawati, L. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan e-wom terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Survei pada Pelanggan Store Ms Glow Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 386–400.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). Business strategy and the management of digital marketing. *Business Horizons*, 64(2), 285–293.
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 83–89. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.739>
- Permadi, F., & Suryadi, N. (2019). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN (STUDI PADA PENGUNJUNG SITUS TOKOPEDIA.COM)*.
- Potabuga, F. W., Yanto Niode, I., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Motor Yamaha Di Outlet Yamaha 3s Ahmad Yani. *JAMBURA*, 5(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Prihartini, D., & Damastuti, R. (2022). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Skincare Lokal pada Followers Twitter @ohmybeautybank. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:250233413>
- Purnomo, F. A. (2019). Inovasi Produk Baju Anak Perempuan Bonne Chance. *Agora*, 7(1).
- Puthussery, A. (2020). *Digital marketing: an overview*.
- Putra, I. G. N. B. S., Wardana, M. A., & Darsana, I. M. (2023). PENGARUH

DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(1), 630–649.

Putri, R., & Dwiyanto, B. M. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).

Putri, S., & Putri, Y. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth Melalui Instagram@ menantea. toko Terhadap Brand Awareness Pada Produk Menantea. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3988–3997.

Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.

Rima Aini, D., & Rahayu Tri Astuti, S. (2022). PENGARUH ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH DAN RATING KONSUMEN DI SITUS FEMALE DAILY TERHADAP MINAT BELI PRODUK DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengunjung Female Daily di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>

Roumeliotis, K. I., Tselikas, N. D., & Tryfonopoulos, C. (2022). Greek hotels' web traffic: A comparative study based on search engine optimization techniques and technologies. *Digital*, 2(3), 379–400.

Rumagit, I. A., Lapian, S. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING, E-WOM, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI: KONSUMEN KOPI KENANGAN DI KOTA MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1242–1252.

Russo, D., & Stol, K.-J. (2021). PLS-SEM for software engineering research: An introduction and survey. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 54(4), 1–38.

Saraswati, N. P. L., Kusuma, I. G. N. A. G. E. T., & Jodi, I. W. G. A. S. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Minuman Chatime Di Kota Gianyar*.

- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sasmita, C. I., & Kurniawan, I. B. (2020). Pengaruh Promosi Sosial Media (Digital Marketing) Terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung-Bali. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 3.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322–2347.
- Sholihin, S. A., & Annissa Oktapiani, M. (2020). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19. 2021 .
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, D. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger*.
- Solihat, S. R., & Sosianika, A. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) di Media Sosial Terhadap Minat Untuk Membeli Produk Kecantikan*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta .
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta .
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2019). Influence of electronic word of mouth eWOM on purchase intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1–5.
- Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z di Kota Surabaya*.
- Tersiana, A. (2018). *Metode penelitian*. Anak Hebat Indonesia.

- Tjiptono. (2014). *Branding Dan Brand Longevity di Indonesia*. Andi.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh social media marketing pada instagram terhadap minat beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(2).
- Verma, S., & Yadav, N. (2021). Past, present, and future of electronic word of mouth (EWOM). *Journal of Interactive Marketing*, 53, 111–128.
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Yusup Program Studi Tadris Biologi, F., & Tarbiyah dan Keguruan, F. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Januari-Juni*, 7(1), 17–23.
- Zaman, N., Arsi, A., Asril, M., Firgiyanto, R., Fajarfika, R., Wati, C., Sudarmi, N., & Zulfiyana, V. (2021). *Inovasi produk pertanian*. Yayasan Kita Menulis.