

DAFTAR PUSTAKA

- Al-azzam, A. F., & Al-mizeed, K. (2021). The Effect of *Digital Marketing* on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *The Journal of Asian Finance*, 8(5), 455–463. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0455>
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127–135. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/view/1170>
- Bintarti, Surya. (2015). *Metode Penelitian Ekonomi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* Dan *Cira Merek* Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Elbahar, S. (2021) Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. *e-Proceeding of Management*, 8(2), 2021
- Fadhilah, M., Fatmaningrum, S. R., & Susanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188
- Ferdinan, Augusty, (2014), *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*, Buku Edisi 5, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Inayati, T., Johan Efendi, M., & Safika Dewi Ayu. (2022). Pengaruh *Digital Marketing*, *Electronic Word Of Mouth*, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209.
- Jeffrey, & Wijaya, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Mobil Agya pada PT. Astra Internasional TBK-TSO Medan Gatsu Branch. *Manajemen*, 5(2), 153–160.

Mulyanto, H dan Wulandari, A. (2010). *Penelitian: Metode dan Analisa*. CV. Semarang: CV Agung.

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.

Siwu, R. E. L., Mananeke, L., & Loindong, S. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Pada Rumah Makan Mi Pangsit Jalur Dua Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 9(3), 419–426.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. & Nandan, Limakrisna. (2013). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Syamsuddin, Zuhrah, & Haryati, T. (2020). Tinjauan Kriminologis Pola Penjualan Kosmetik Illegal di Kota Bima. *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum*, 9(1), 17–30. <https://doi.org/10.34304/fundamental.v1i1.17>