

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Bayu, D. J. (2021). *10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020#>
- Bukhari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Daryodi, P. K., & Hanifa, F. H. (2019). Efektivitas Iklan Indihome Melalui Instagram Dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung 2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(01), 590–597.
- Fill, C., & Turnburn, S. (2016). *Marketing communications: brands, experiences and participation* (7 th). Pearson. <https://www.pearson.com/uk/educators/higher-education/educators.html?item=100000000589098>
- Fitria Ningsih, N., Komalawati, E., & Rosma, A. (2019). Pengaruh Iklan Televisi Teh Botol Sosro Versi “Semeja Bersaudara” Dan Iklan Instagram Versi “Serunya Jalan Terus” Terhadap Citra Merek. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/10.31334/lugas.v3i2.707>
- Fransillia M. Mewoh., Johny R.E. Tampi., Tampi., Danny D.S. Mukuan. (2019). “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departemen Store Manado Twon Square”. *Jurnal Adminisrasi Bisnis*. (10/1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23529/23186>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*

- (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspadari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- John. W Creswell. (2016). *Reseach Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (A. Fawaid, R. K. Pancasari, H. El Rais, Priyanti, & Amaryllis (eds.); I). Pustaka Pelajar.
- Jayani, D.H. (2019).Tren Pengguna E-Commerce Terus tumbuh. Retrived from Databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principle of Marketing* (15th ed.). Global Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>eting Management. In *Global Edition*.
- Kington, H., Chapman, M., Clarke, C., & Beesley, S. (2018). Principles of marketing. In *BSAVA Manual of Small Animal Practice Management and Development*. <https://doi.org/10.22233/9781910443156.25>
- Mega Christin Kairupan (2013).Sikap, Keyakinan dan Efektivitas Iklan Pengaruhnya terhadap Keputsaan Pembelian Penggunaan Produk Kartu AS Konsumen di Manado Town Square. (1/3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2320>
- Nizam & Jaafar (2018). Interactive Online Advertising : *The Effectiveness of Marketing Strategy toward Customer Purchase Decision. International Journal of Human and Technology Intercation*.
https://www.researchgate.net/publication/323362184_Interactive_Online_Advertising_The_Effectiveness_of_Marketing_Strategy_towards_Customers_Purchase_Decision
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam

- Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Pangestika, W. (2018). *Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui*. Jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-digital-marketing-konsepdan-penerapannya/>
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Prasasti, S., & Prakoso, E. T. (2020). Karakter Dan Perilaku Milineal: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*, 3(1), 10–22.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Sathya, P. (2016). A study on digital marketing and its impact. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Sciences*, 9(4), 2059–2062.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Cv. Andi Offset.
- Wicaksono, A. (2020, December 15). Airlangga Sebut Omzet UMKM Anjlok 30 Persen Akibat Corona. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201215133533-92-582332/airlangga-sebut-omzet-umkm-anjlok-30-persen-akibat-corona>
- Wijaya, A. T., Amani, H., & Tripiawan, W. (2018). *Analysis effectiveness of social media ad as promotional media (study case : instagram taya . Id) Abstrak Kata Kunci : Efektivitas Iklan dan EPIC Model A*. 5(1), 1123–1130.