

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego Stephen. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. 02(05).
- Anggun Emeliana Natasya. (2022). Pengaruh Digital *Marketing* dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Larissa Aesthetic Center. 01(04).
- Anwar, K. (2021). Pengaruh Digital *Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. 03(4)
- Anwar, K. (2021). Pengaruh Digital *Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. 01(06)
- Anwar, K., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mandiri Bandung, I. (2022). Pengaruh Digital *Marketing* Dan Citra Merek. 01(04)
- Anwar Sanusi. (2013). Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga. 03(03) Aprillia Darmansah. (2019). Citra Merek Keputusan Pembelian Kotler. 01(01).
- Candra Irawan, I. (2020). Analisis E-*Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online. *Journal Of Business And Banking*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1907>
- Daryani, Esih Jayanti, S. (2020). Pengaruh Digital *Marketing*, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 9–21.
- Ferdinand. (2014). Metode Penelitian Manajemen (BP Universitas Diponegoro, Ed.). 02(03)
- Fajar Lestari, D., & Nur Azizah, J. (2023). Pengaruh Digital *Marketing* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan(JABT)*, 6(1).
- Febriyawan Pakaya, M., Abidin Umar, Z., Rahman, D. E., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). *Jurnal Mirai Management* Pengaruh Strategi Digital *Marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 46–54
- Ghazali dalam Helena. (2020). Analisis Kinerja Karyawan Bank Panin Kcu Kota Surakarta (Vol. 04, Issue 02).
- Ghozali, I. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. (Badan Penerbit UNDIP, Ed.).
- Gitosudarmo dalam Masdani. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang *Buying Decision Analysis on Nilang Coffee*

- Shop Consumers. In *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi* (Vol. 2, Issue 1). Online.
<http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Hari Mulia. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Cv 1001 Garut. 16(01).
- Hakimin, M. K., Ramadhan, R., Suhalis, A., & Khotimah, S. H. (2022). The Influence Of Brand Image And Digital *Marketing* On Consumer Purchasing Decisions For Citilink Indonesia Airlines On Domestic Routes In The New Normal Era. <Http://Proceedings.Itltrisakti.Ac.Id/Index.Php/Altr>
- keller dalam Ihwan. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scuter Matic Yamaha Mio Pada Pt. Suracojaya Abadi Motor Cabang Pangkep. www.topbrand-award.or.id
- Kotler dalam Liana Chayani. (2020). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 2).
- M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa (Vol. 6, Issue 1). [Www.Wikipedia.Org](http://www.Wikipedia.Org)
- Mega Yuliasuti, L., & Putu Agus Jana Susila, G. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada di Kabupaten Buleleng. 13(1). <http://dx.doi.org/1>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., Mukuan, D. D. S., Ilmu, J., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Digital *Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Pradana, D., & Hidayah, S. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. 14(1), 16–23.
- Puthussery dalam Hutami. (2020). Analisis Daya Tarik Brand Ambassador Song Joong Ki Dan Digital *Marketing* Dalam Meningkatkan Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Yogyakarta).
- Rehansyah, F., Simatupang, L. N., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen USNI*, 7(2). <https://doi.org/10.54964/manajemen>
- Rokh Eddy Prabowo. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). 18(04).

- Setiadi. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Vans (Studi Konsumen di Outlet Mal Kota Kasablanka).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian.
- Swastha dalam Putri Sari. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 8(1), 147–155.
- 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.
<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07>
- Suseno, A., & Bernando, O. F. (2020). Pengaruh Digital *Marketing* , Citra Merek Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Cressida (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Konsentrasi Pemasaran Kelas D1 Dan D2 Angkatan 2015). Jema Upb, Vol 5 No 0.
- Tjiptono dalam Hery. (2021). Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, Dan Layanan Purna Jual Di Trading Company Pta (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). 02(05)
- Yahdi Kusnadi. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah.
- Zulfanah, P. M., Mulyati, A., & Maduwinarti, A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Digital *Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sosialita, 2(4), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK55890>