

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, S. (2017). Pemanfaatan *digital marketing* bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.
- Amin, N., Hafizi, A., & Ali, H. (2021). *Purchase Intention And Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing And Discount On Medcom.id Online News Portal*. 2(3). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3>
- Aragoncillo, L., & Orús, C. (2018). *Impulse buying behaviour: An online-offline comparative and the impact of social media*. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(1), 42–62.
- <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-007>
- Ardhya Bisma M, & Aditia Sovia Pramudita. Analisa Minat Pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi *Digital Marketplace Online di Kota Bandung*.
- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Inperforma : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 1).
- Budiyanto, T., Kojo, C., Tawas, H. N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. Strategi Promosi Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt. *Camar Sapta Ganda Promotional Strategy, Product Quality, And Design Through Home Buying Decision And Referenced Interestthe At Puri Camar Liwas Pt. Camar Sapta Ganda*.
- Dewi, E. K., & Kusuma, L. (2021). Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Frozen Food Dengan Variabel Moderasi Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniera*, 5.
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S. H. , M. Hum. , M. B. A. , M. H. , M. Dr. A. S. I. SE. , MM. Dr. H. E. S. Sos. , M. P. Dr. Ir. H. Nurjaya. , SE. , M. D. S. S. Pd. , M. M. CHt. ., (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi.
- Dyah Setyaningsih, E., & Marwansyah, S. (2019). *Syi'ar Iqtishadi The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products* (Vol. 3, Issue 1). www.republika.go.id
- Fadly, H. D., & Sutarna. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid19. *ECOMENT*, 5. <https://apjii.or.id/>
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam. In *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah* (Vol. 9, Issue 1).

- Febriyanti, D. E., & Arifin, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Secara *Online* Melalui Tiktok Dan Instagram Terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty Pada Agen Yuyun Di Lamongan. *Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Hidayah, N. (2018). Analisis Strategi *Digital Marketing* Dalam Membantu Penjualan *Living Space* Dan *Efo Store*.
- J Valdo, Umboh, L Silvy, & Mandey. (2014). Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt.Pegadaian (Persero) Cabang Teling.Emba,2.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jati, W., & Yuliansyah Hanafi. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran *Online* (*Online Marketing Strategy*) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store) (Vol. 1, Issue 1).
- Keller Kotler. (2014). Prinsip-prinsip manajemen pemasaran.
- Kuspriyono, T. (2020). *This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Mustapa, A., Diana, P., Se, P., Budi, L., & Se, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang).
- NST, M. F. R., & Yasin Hanifa. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan Muhammad Fakhru Rizky Nst 1) Hanifa Yasin2) 1) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2) STIE Nusa Bangsa.
- Nurpratama, M., & Anwar, S. (2020). Penerapan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu.Investasi,6..
- Satria, A. A. (2017).Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up*

Bisnis (Vol. 2, Issue 1).

Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* , 8.

Suhartini, S., Putri, D. E., & Candra, V. (2020). Minat Beli Pelanggan Ditinjau Dari Aspek Harga Pada UD. Tunas Baru Kecamatan Bandar Hulu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 446–452.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.224>

Syahputri, N. M., & Marliyah, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya*, 6(1), 282–296. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>