

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., H. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV Andi Offset.
- Achmad, Nur, Anton Agus Setiawan, Rini Kuswati, Imronudin, K. (2021). *Modul Workshop Statistik Milenial*. Gumpang Agung III.
- Adlina, A. (2022). *7 Produk Skintific yang Bagus untuk Memperkuat Skin Barrier*. Wwww.Sehatq.Com. <https://www.sehatq.com/review/skintific-skincare>
- Akbar, S. S., Violinda, Q., Setiawati, I., & Rizwan, M. (2021). The Influence of Product Quality, Product Design, Brand Image on Realme Smartphone Purchase Decisions. *Journal of Digital marketing and Halal Industry*, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9331>
- Anwar, K. (2021). Pengaruh *Digital marketing* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Dealer Yamaha PT. Permata Motor Karawang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2. http://books.google.com.co/books?id=iaL3AAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=intitle:Market+research+in+Practice+inauthor:hague&hl=&cd=1&source=gbs_api%0Apapers3://publication/uuid/4EEA28E9-41A0-4677-9426-7B552915D62F%0Ahttps://doi.org/10.1080/23311886.2019.16
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).
- Darmawan, M. D. (2018). The Effect of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of PT Telekomunikasi Selular). *International Seminar & Conference on Learning Organization*, 6(6), 294–309.
- Elis Okta, R. A. (2022). *Pengaruh Kualitas produk, Harga Produk, Kepercayaan dan Digital marketing terhadap Keputusan pembelian Produk Fashion Secara Online*. 7, 1–15. <https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.3291>
- Fandy Tjiptono. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks. Sage, 165.
- Imam Ghozali, H. L. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS*. BPFE.
- Kartika, L. N., & Rino, M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Bioskop Cinema Xxi (Studi Pada Mahasiswa di D.I Yogyakarta). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 31. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.370>
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi *Digital marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta. *Jurnal*

Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 7(3).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.349>

- Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1–13.
<https://pdfs.semanticscholar.org/33f7/54402a404996356641740db042d5626cb9d6.pdf>
- Mirna Yuly Sudiarti, H. M. (2021). *Pengaruh Digital marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Putri Duyung Resort (Survei Pada Generasi Milenial) The Effect Of Digital marketing On Customer Buying Interest Putri Duyung Resort (Survey On The Millennial Generation)*. 8(4), 3162–3171.
- Nurhidayati, M., & Si, M. (2020). Konsumen Eza Mandiri Tahu Tuna Pak Ran Skripsi Oleh : EMA Safitri Pembimbing : In *Skripsi*.
- Putu, I., Sanjaya, A. A., Ketut, G. A., & Ardani, S. (2020). Product Quality influence, Word Of Mouth and Internet Marketing toward Purchasing Decisions (Study on Consumer Karakter Coffee Shop in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 3, 3–159.
www.ajhssr.com
- Raga, H. E., Agung, A. A. P., Nita, N. P., & Anggraini. (2021). Pengaruh *Digital marketing*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, 2(2), 512–520.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widayarsi, S. (2020). Pengaruh *Digital marketing*, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding Sendiu, 2016*, 701–707.
- Ryan, D. dan C. J. (2009). *Digital marketing : Marketing Strategies for Engaging Digital Generation*. Kogan Page Limited.
- Safitri, E. (2020). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eza Mandiri Tahu Tuna Pak Ran Pacitan. In *Skripsi*.
- Shelli Safitri, Syahmardi Yacob, Y. Y. (2022). Pengaruh Pemasaran Dan Produk Digital Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Di *Marketplace* Shopee Selama Pandemi. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 5(2), 303–311.
- Siti Khoziyah, E. E. L. (2022). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh *Digital marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (PT Alfabet (ed.)).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta.
- Suleman, D., Rusiyati, S., Sabil, S., Hakim, L., Ariawan, J., Wianti, W., & Karlina, E. (2022). The impact of changes in the marketing era through *digital marketing* on purchase decisions. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 805–812. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.3.001>
- Syawaluddin, S., Joni, J., & Erwin, E. (2019). Influence of social media advertising, e-marketing and product quality on the process of purchasing nature cosmetics. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 8(5), 316–321. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i5.491>
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Tratintya, M. A. P. (2022). Pengaruh *Digital marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 2(2), 486–492. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>