

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, P. T. (2018). Kinerja Keuangan Bank Syariah. *Ilmu Administrasi*.
- 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, 14–24. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Cahyani, K., Chaidir, T., Ayu, I., & Suprapti, P. (2022). *Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology*. 26–42.
- Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, R. F. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867>
- Creativeitem. (2016). *ERIGO*. Selemparan.Com. <https://selemparan.com/general/erigo/133>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Fandy Tjiptono. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Andi. <https://doi.org/10.1016/j.clinph.2015.04.075>
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). ANDI.
- Gerry amstrong, P. kotler. (2015). *Marketing an Intoducing Prentice Hall* (12th ed.).
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Komsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Amart PLS 3.0*.
- Ghozali, I. (2010). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Keem). Universitas Diponegoro.
- Gultom, Z. A. (2022). *14 Brand Clothing Lokal yang Bakalan Makin Hits di 2022*. <https://www.idntimes.com/men/style/zefanya-alviano-gultom/brand-clothing-lokal-yang-bakalan-makin-hits-di-2022-ini>
- Indah Heidy Poluakan, by, & Pangemanan, S. S. (2014). the Impact of Sponsorship, Event, and Publicity To Consumer Decision Making of Pt. Hasjrat Abadi. *The Impact Of... Jurnal EMBA*, 2(3), 1183–1191. <https://www.neliti.com/publications/2278/the-impact-of-sponsorship-event->

and-publicity-to-consumer-decision-making-of-
pt%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5797

- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Jogianto, A. dan. (2009). *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan SmartPLS. *Modul Pelatihan*, 1–4.
- 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>
- Kotler, P., & Keller Lane., K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13rd ed.). Erlangga.
- Kotler, philip, kevin lane keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 jilid 1).
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. Prentice Hall.
- Kussudiyarsana, Zuhri and, S. M. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce*.
- Leon G. Schiffman; Leslie Lazar Kanuk; Joseph Wisenblit. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed.). Prentice Hall.
- Marlien, P. &. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee*. 5(1), 25–36.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Milda olivia, M. Ridwan, B. (2016). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ms Glow Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2018) Milda. <https://Medium.Com/>, 76–84. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16>

- Nur Achmad. (2021). *Workshop Statistik Milenial*. Jasmine.
- 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.
- Rahma, F. N. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Of Satisfaction, Experience Dan Reputation Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Herbal Merek Halal Network International(Hni) Di Soloraya*. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/2311/>
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing Teknologi berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya hasil Gemilang*. PT Elex Media Komputindo. Elex Media Komputindo.
- Saveria, R. A. (2016). *Analisis Digital Marketing Dalam Strategi Integrated Marketing Communication Kampanye Politik: Studi Kasus Komunitas Teman Ahok*. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-12/20434541-MK-Rachael>
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (Kedua).
- Siti Khoziyah, E. E. L. (2021). 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>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Untuk Bidang Pendidikan, Manajemen, Sosial, dan Teknik*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- U Sekaran, R. B. (2016). Research Methods for Business: A skill Building Approach. In *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice: Volume II: Parts 5-8* (7th Editio). John Wiley & Sons Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119111931.ch108>
- 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>
- Wikipedia.org. (2012). https://id.wikipedia.org/wiki/Uji_hipotesis