

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Romadlon, R. M. (2020). Pengaruh digital marketing, kepercayaan dan kualitas produk terhadap niat beli (studi pada akun instagram kawai coklat). *Proceeding sendiu 2020*, 701-706.
- Ahmad Syifaq Mushoffa, U. M. (2023). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian lawang coffe. *Jurnal ekonomia*, 1980-1984.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Tabir Peradapan*, 41-45.
- Arum Wahyuni Purbohastuti, A. A. (2020). Meningkatkan minat beli produk shopee melalui celebrity endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 37-40.
- asrianti, n. (2016). pengaruh biaya promosi terhadap tingkat penjualan motor pada pt astra tbk cabang kendari. *jurnal penelitian*, 1-30.
- Ayu, D. (2022). Pengaruh Digital Marketig Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Layanan klinik clean. *Skripsi*, 1-25.
- Dian Mardiana, R. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal sekretari dan manajemen*, 9-12.
- Dr.Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung, Indonesia : *Alfabeta Bandung*.
- Eunike Viedy Virginia Lombok, R. L. (2022). Pengaruh brand image, brand trust dan digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk emina (study kasus pada mahaiswa universitas sam ratulangi). *Jurnal EMBA*, 953-960.
- Hafizh Fitriana, D. A. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 409-417.
- Hasmalarita. (2022). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat beli generasi z pada produk-produk perbankan syariah (studi pada pelajar sma si nagan raya). *Skripsi*, 1-10.
- Jijah Hilyatul Ajjah, E. S. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *jurnal majemen*, 232-236.
- Kristinawati, A. (2020). P pengaruh brand image, perceived quality dan ewom terhadap purchase intention mobil jakarta. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 524-529.
- Luh Komang Candra Dewi, S. W. (2021). Pengaruh digital marketing dan customer relationship marketing terhadap keputusan wisatawan dengan brand image sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 243-250.

- Maharani, N. (2018). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Dosen kopertis Wil. IV dpk Universitas Islam Bandung*, 59-73.
- Muchamad Nuril Ihsan, B. S. (2022). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli. *Forum Ekonomi*, 171-172.
- Nanda Bella Fidanty Shahnaz, W. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada toko online. *Management Analysis Journal*, 390-393.
- Nora Pitri Nainggolan, H. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah di kota batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 139-155.
- Pristanto Ria Irawan, A. (2022). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada home industry sandal kulit kandangwesi collection garut. *jurnal muhhamadiyah manajemen bisnis*, 62-67.
- Purnaya Sari Tarigan, D. W. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1431-1433.
- Rohmanuddin, H. A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 78 – 89.
- Siti Khoziyah, E. E. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian followers online shope instagram @kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 39-50.
- Theresia Chrisna Putri, A. R. (2023). Peran digital marketing dan brand image terhadap minat beli produk. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 88-95.
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses keputusan pembelian mahasiswa melalaui ekuitas merek politeknik perdana mandiri dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri*, 1-17.