

DAFTAR PUSTAKA

- Adoe, V. S. (2022). *BUKU AJAR E-COMMERCE*. Sulawesi Tengah: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Afifah, M. N. (2023). Jurnal Mirai Managemen. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam*, 329.
- Angelya, A. A. (2022). PENGORGANISASIAN DALAM MANAJEMEN PENDIDIKAN. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN AKUNTANSI*, 103.
- APJJI. (2024). *Survei Internet* .
- Aselina Endang Trihastuti, S. M. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN PLUS++*. Sleman: CV BUDI UTAMA.
- Bagus Kapirossi, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics and Business*, 69.
- Djamaluddin, N. T. (2023). Hubungan Literasi Digital dan Belanja Online.
- Duha, H. W. (2024). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UD HENNY ALUMINIUM TELUKDALAM KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 207.
- Efendi. (2023). Tipe Informasi Bagi Manajemen & Mekanisme Pengambilan Keputusan Dalam. *Journal Of Social Science Research*, 3.
- Erwan Efendi, I. R. (2023). Tipe Informasi Bagi Manajemen & Mekanisme Pengambilan Keputusan Dalam. *Journal Of Social Science Research*, 3.
- Fanisa Amanda, H. R. (2024). Pemasaran Berbasis Data Cara Memanfaatkan Analitik Untuk Menjangkau Audiens Yang Tepat. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*.
- Firmansyah Tonda, H. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal manajemen dan pemasaran digital (JMPD)*, 183.

- Fitry Purnamasari, S. (2024). *DASAR-DASAR MANAJEMEN*. V TAHTA MEDIA GROUP.
- Ghazali. (2021). *Aplikasi analisis multivariat dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hantono, & S. (2025). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Widina Media Utama.
- Hardiansyah, M. M. (2024). PENGARUH PRODUK, E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMEDIASI CITRA MEREK. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3-4.
- Heti Rahmawati, W. D. (2024). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CELEBRITY ENDORSEMENTS DI DIY. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 368-369.
- Jannah, M. &. (2023). Manajemen Rekrutmen Dan seleksi. *Jurnal Manajemen Dewantara (Vol. 7, Issue 1)*.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREEL*.
- Komang Yoga Ade Candra, N. N. (2023). *Event Marketing, E-WOM, Citra merek terhadap minat beli: Konsep dan Aplikasi*. Badung: CV. intelektual manifes media.
- kuasa, S. H. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. 1.
- Madjowa, I. S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 156.
- Nikous Soter Sihombing, S. S. (2022). *Pemasaran Digital*. Kab. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Nofriyanti Pardi, P. U. (2025). KONSEP DASAR MANAJEMEN. *JURNAL PENDIDIKAN KREATIVITAS PEMBELAJARAN*, 151.
- Nurjanah, P. (2022). PENGARUH FANATISME DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE KPOP (STUDI KASUS PADA). *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 453.

- Nurul Qolbi, T. H. (2023). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN SANFORD DI SINAR MART BATAM. *Jurnal AL-AMAL*, 52.
- Prasetyani, D. Y. (2022). Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing . *Journal Of Systems, Infomation Technolgy, and Electric Engineering* , 13-14.
- Putri, P. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *urnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 27.
- Rahma, A. N. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN ECOMMERCE DI INDONESIA . *Sains Sosial dan HUMANIORA*, 3.
- Ravindra Safitra Hidayat, A. S. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Sleman: DEEPUBLISH DIGITAL.
- Regina. (2024). Tinjauan Bauran Pemasaran Sandal Tarumpah pada Toko Iskandar Toha 1946 Tasikmalaya. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*.
- Sahir. (2021). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Semuel Souhoka, S. M. (2025). *FUNGSI MANAJEMEN*. Klaten: Lakeisha.
- Setiawan, Z. (2023). *Buku ajar digital marketing*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sihombing. (2022). *Pemasaran Digital*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Siska Dwi Rachmawati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 25.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.

- Suryana, P. (2024). Digital marketing strategy in increasing brand awareness of technology startups. *urnal Manajemen, Akuntansi dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 130.
- Trinik Susmonowati, H. K. (2021). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN PERSEPSI. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 198.
- Vera Maria, A. F. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal melalui Strategi Pemasaran Digital di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 212.
- wahyudi. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wahyudi, S. M. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.