

DAFTAR PUSTAKA

Abadiyah, R., & Purwanto, D. (2016). Pengaruh budaya organisasi, kompensasi terhadap kepuasan kerja dan kinerja pegawai bank di Surabaya. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 2(1), 49.<https://doi.org/10.21070/jbmp.v2i1.837>

Abdu, R. (2018). Pengaruh *digital marketing* terhadap *corporate image* pada Pt Ahm di Kota Bandung Tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 321–332.

Arista, E., dan Astuti,S.(2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi Aset* 13(1):36604.

Arimbi, D. F. (2020). *Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada pengguna aplikasi Shopee)*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Yogyakarta

Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.

Aryani, Y., Andari, W., & Suhindarto. (2020). Pengaruh teknologi informasi dan *e- commerce* terhadap perdagangan Indonesia ke negara ASEAN. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 9(1), 53–66.

Batu, R. L., et al. (2018). Pengaruh *digital marketing* terhadap *online purchase decision* pada *platform* belanja *online* Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*,18(2). Universitas Singaperbangsa, Karawang.

City, I. D. (2022). Pengaruh penggunaan *e-commerce*, *financial technology* dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2), 750–761.

Dinawan, M. R. (2010). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), 335–369.

Elisa. (2015). Pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian Sabun Lifebuoy (studi kasus warga RT.48/10 8 Ilir, Ilir Timur II, Palembang). *Manajemen dan Bisnis*, 10.

Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh *digital marketing*, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.

Handoko, B. (2017). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>

Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, dan *star seller* terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234–A239. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>

Kuswibowo, C., & Murti, A. K. (2021). Analisis pengaruh *brand image*, *promotion*, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada aplikasi online shop. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 5(1), 53–61. <https://doi.org/10.30988/jmil.v5i1.726>

Muafidah, M., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh *digital marketing* dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 661–668. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9834>

Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Sumsel Babel KCP Tanjung Sakti. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 2(1), 43–52.

Muttaqin, Z. (2011). *Facebook marketing* dalam komunikasi pemasaran modern. *Jurnal Teknologi*, 1(2).

Nasution, A. H., et al. (2006). *Manajemen pemasaran untuk engineering*. Yogyakarta: Andi Offset.

Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan *e-commerce* Shopee terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191–204. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1881>

Nurjanah, S. F. (2019). Pengaruh *e-commerce* terhadap keputusan pembelian pada belanja online Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(3), 154–162.

Nuseir, T., et al. (2010). *Evidence of online shopping: A consumer perspective*. *International Review of Business Research Papers*, 6(5), 90–106.

Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). *Impact of service marketing on student decisions*. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234–254.

Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh *digital marketing* terhadap *organizational performance* dengan *intellectual capital* dan *perceived quality* sebagai variabel intervening pada industri hotel bintang tiga di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>

Puspitasari, A. N., & Ferdinand, A. T. (2011). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan untuk mendorong minat beli ulang. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 1–29.

Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADEquity Jurnal Manajemen*, 1(2), 36–46. <http://doi.org/10.51804/iej.vli2.540>

Samhah, H. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Oost Cafe Surabaya. *Ilmu, Jurnal Manajemen, Riset*, 5, 1–17.

Santoso, K. W., et al. (2013). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Permen Tolak Angin di Semarang. *E-Journal – Universitas Diponegoro*.

Suhardi, Y., Zulkarnaini, Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. D. (2022). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(2), 31–41.

Wibowati, J. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.34>

Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi penjualan *online Shopee*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212.