

## Daftar Rujukan

- Achmadi, R.P. (2017). *The Impact of Product Quality, Service Quality, and Customer Loyalty Program perception on Retail Customer Attitude*.
- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, Kaniz Fatema. 2015. *Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age*.
- Ahmad, Nor. 2018. "Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha pada harpindo jaya cabang pati". Skripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Muria Kudus.
- Amilia, Suri.(2017)"Pengaruh Citra merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap
- Arifuddin, R. R., Kadir, A. R., & Kadir, N. (2019). Pengaruh Personal Selling dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT. QBE General Insurance Indonesia Cabang Makassar. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, Vol. 2 (3).
- Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiami di Kota Langsa". *Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra*, Volume. 6, Nomor 1 (hlm.662-664)
- Amrullah, Pamasang S. Siburian dan Saida Zainurossalamia ZA.(2016). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Indonesia*, Volume 13, Nomor 2.
- Applegate, Grahme. 2004, *Who Pays For and Who Benefit From Improved Timber Harvesting*, Yogyakarta: Matahari.
- Arikunto, S. 2006. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cip.
- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia PustakaUtama.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing*. Abingdon: Routledge.
- Dikutip dari <https://buzzup.id/perkembangan-digital-marketing-di-indonesia-dan-tren-digital-marketing/> pada tanggal 21 Oktober 2021 pukul 16.00 Wita

Dikutip dari

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo %3A+P engguna +Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+P engguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker) pada tanggal 10 Oktober 2021 pukul 10.00 Wita

Engel, James. 1994. *Consumer Behavior*, Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan II, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

Fajery, & Firdaus, M. R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Berdonasi Melalui Kitabisa.com. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 4 (1)(ISSN: 2597-467X), 22 – 33.

Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Fika, S.W., & Salsabila, R.B. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt. Central Global Network.

Garvin, David A. 2016. alih bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Yogyakarta

Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk*”, *Jurnal EMBA*, 63 IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, I. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Yogyakarta, Penerbit BPFE.

Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.

Komalasari, Dian dan Avin Fadilla Helmi. 2000. Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok pada Remaja. *Jurnal Psikologi* Vol 2 No. 1.

Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

- Kotler, dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I* Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid I dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kurniafitri, Devi. 2015. *Perilaku Merokok pada Perempuan di Perkotaan*. IOM Fisip UR Volume 2 No. 2.
- Kurniawan, Aditya. 2016. *Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan sepeda motor Yamaha*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kurniawati, P. 2009. *Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen di Kelurahan Tegalsari Semarang)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Lestari, Vifta Dian, Muflikhatun Umamah, Adindha Lili Pramasari dan Yudhy Dharmawan. 2013. Smoking Effect Video Learning Berbasis Mobile Sebagai Media Penyuluhan Kesehatan Anti Rokok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 3, No. 1.
- 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 (JAB)*, Vol. 9 (1)(ISSN 2338-9605).
- Mowen, John, C dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution. 2005. *"Manajemen Mutu Terpadu"*. Bogor Selatan. Ghalia Indonesia.
- Nurchahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *Journal of Management and Bussines*, Vol. 1 (1)(ISSN: 2615-8590), 15–34.
- Nurwidiyanto, F., & Lutfie, H. (2020). Analisis Internet Marketing Melalui Media Social Facebook, Instagram dan Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Penjualan Produk Loak Bancen Motor Klaten Tahun 2020. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nurul, Euis. (2017). "Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic honda". *Universitas Stikubank*, Volume 10. Nomor 1 (hlm. 4-7).
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksabang Pressindo.
- Paulo, R.H. (2019). *The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping*.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Pradiani, Theresia dan Dwi Citra. "Pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk". *Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Asia Malang*, Volume. 15 Nomor 2 (hlm.73-75).



- Priatama, Galih dan Jarot Prasetyo. (2016). “ Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Tegalondo”. *Universitas Widya Dharma Klaten*, Volume 6, Nomor 3.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Romadlon, A., Marlien, R., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDI\_U*, 701-707.
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited
- Sahani, G. O. M. (2018). Pengaruh Ditigal Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada E-Commerce Website Berrybenka). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Saputra, A. M. (2018). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Pada Situs Traveloka di Kota Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*.
- Saputro, W. A., & Laura, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimoderasi Oleh Citra Perusahaan. *Jurnal Media Manajemen Jasa*, Vol. 8 (2)(ISSN 2502-3632), 3356-0304.
- Sekaran, Uma (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Setiadi, Y. W. (2021). Pengaruh Marketing Online dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Produk Labbaik Chicken). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, Vol. 2 (1)(ISSN: 2721- 5415).
- Shimp Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*, Edisi V, Jilid 1&2, Erlangga, Jakarta.

- Sri Ardani. 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 7.
- Sugiyono. 2007. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Edisi X. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*". Bandung : ALFABETA
- Suharso Puguh, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif unuk Bisnis*. Jakarta: PT. Remaja Rosida Karya.
- Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, Kuart, dkk. (2014) "Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) CITY". *Universitas Pandanaran Semarang*.
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Toronata di Kawangkoan''Universitas Sam Ratulangi Manado, Volume, 5, Nomor 2.
- Wahyuningsih, Erlin. 2017. "Pengaruh Iklan, Citra Merek dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda''.Skjripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Pgri Yogyakarta.
- Wenda Priskyla, dkk.(2017). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie
- Werry, F. A. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang Membeli Sepatu Merek Lokal Pada Aplikasi Jual Beli Online dan Sosial Media). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Yuniarti, Yenny.(2016)."Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online." *Kampus Pnang Masak*, Volume, 18, Nomor 1.