

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliansi, R., Ardiyanti, Y., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 100–108. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2700>
- Dianka, A. A. (2021). Performa e-Commerce: Shopee, Si Paling Laris Tahun Ini. <https://www.trenasia.com/>. <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>, 9 September 2023.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Fauzi, A. dkk. (2023). Analisis Pengaruh Pengguna Sistem Pembayaran Digital dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 11-17. <https://journal.admi.or.id/index.php/JEKMA/article/view/409>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Pasuruan: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kementerian komunikasi dan informatika. (2023). Memenuhi Layanan Digital hingga Pelosok. *Kominfo.Go.Id*, 1. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga-pelosok/0/artikel>
- Kholis, A., Sulaiman, L., & Puddin, K. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*. Medan: Economic & Business Publishing.
- Kotler. (2005). *Managemen Pemasaran* (kesebelasan). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kurniasih. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Serang: Penerbit Bintang Sembilan Visitama.
- Manap, H.A. 2016. *Revolusi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Metriani, Y. (2023). Tip Checkout Belanja Daring dengan Lebih Mudah dan Aman. In *investor.id*. <https://investor.id/finance/340700/tip-checkoutbelanja-daring-dengan-lebih-mudah-dan-aman>

- 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>
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- Mulyansyah, G. T. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Nasdini, Y. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*, 19(6), 489–499. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1692443>
- Natsir, S. (2004). *Ringkasan Disertasi: Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Perilaku Kerja dan Kinerja Karyawan Perbankan di Sulawesi Tengah*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- Purwana, D. Rahmi dan Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Makro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Dusun Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>
- Putri, P. M. (2022). View of Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online.pdf. *Jurnal Ekono Mi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 2599–3410. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Sari, Y. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di Ecommerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah). *AL-ITTIFAQ: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 64–78. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/al->
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Sutrisna,S. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Cara Loe Buat Kopi Kopi Clbk). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 842–848. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1392>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swasta dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., Chung, H. M., & Chung, M. (2014). *Electronic Commerce 2002: A Managerial Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall

