

DAFTAR PUSTAKA

- Afianti, Y., Ramadhani, N. A., Rahmi, A. R., & Madiistriyanto, H. (2023). Pemasaran Digital Efektif Dalam Platform Tokopedia: Studi Kasus. *Journal Of Comprehensive Science (Jcs)*, 2(7), 1324–1328.
- Aqsa, M. (2018). Pengaruh Iklan Online Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen Secara Online Di Kota Palopo (Survei Pada Pengguna Internet Di Kota Palopo). *Prosiding*, 3(1).
- Arsyadani, Z. (2024). Pelatihan Staf Untuk Mencapai Visi Dan Misi Perusahaan. *Abdi Karya: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 14–23.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(15).
- Chusna, F. K. N. (2023). Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Followers Instagram Umkm Spicypedia).
- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadika*, 3(1), 3.
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14.
- Diyatma, A., & Rahayu, I. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *Eproceedings Of Management*, 4(1).
- Dwipayana, I. K. I. K., Wiyasha, I. B. M., & Susanti, L. E. (2024). Pengaruh Penerapan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3(8), 1325–1336.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal Of Business Studies*, 2(2), 80–105.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit Undip, 4(1).
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 3(2), 171–180.
- Harahap, D. E. (2017). Kajian Produktivitas Tanaman Aren Berdasarkan Sifat Morfologi Tanaman Pada Skuen Tinggi Tempat Di Kabupaten Tapanuli Selatan. Jurnal Online Pertanian Tropik, 4(2), 161–170.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). Tren Technopreneurship: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian Dengan Teknologi Digital. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 8(1).
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano, S. (2023). Transformasi Bisnis Di Era Digital: Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hikmah, A. N., & Rptiono, S. (2020). Pengaruh Customer Engagement Dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba), 2(1), 89–100.
- Iryani, I., Yulianto, H., & Nurpadilah, L. (2022). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kinerja Sebagai Variabel Mediasi. Seiko: Journal Of Management & Business, 5(1), 343–354.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis Kompetitif, 1(2), 49–57.
- Khoirinnisa, E., Gumilar, I., & Nurhayati, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga (Studi Kasus Di Cv. Bening Jati Anugrah, Kabupaten Bogor). Jurnal Perikanan Kelautan Vol. Vii No, 66, 74.
- Kusumayanti, K. (2024). Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Memilih Belanja Tiktokdhop. Jurnal Al-Amal, 2(1), 28–34.

- Laurensia, V., Johan, N. J. J., Chandra, J. K., & Bahar, J. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Melalui Tiktok. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12).
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif). Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1477–1491.
- Miranda, A., & Thalib, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Inovasi Layanan Terhadap Minat Beli Batik Tradisional Cirebon Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening: Studi Empirik: Batik Trusmi Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 4(2), 131–146.
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling Dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
- Muiz, A., & Fauzi, A. (2024). Analisa Strategi Pemasaran Jago Coffee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 6–10.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (Sem-PLS) Menggunakan Smartpls. Pascal Books.
- Nastiti, N. A., & Supranata, I. K. G. (2020). Strategy Marketing Public Relations Glad Coffee Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Pantarei*, 4(02).
- Pramayanti, D. I. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Dalam Penggunaan E-Commerce. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 28–33.
- Pramitha, D. (2017). Urgensi Perumusan Visi, Misi Dan Nilai-Nilai Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Studi Pendidikan Islami*, 1(1), 45–52.
- Prasetyo, H. R. K., Sutrisna, L. W., Widyaningrum, S., & Sin, L. G. (2024). Pentingnya Pengembangan E-Commerce Sebagai Strategi Digital Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 4, 213–220.
- Pratiwi, W. K., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Berrybenka Di Shopee. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 6(2), 444–464.
- Puspita, Y., Widyastuti, S., & Miranda, A. (2023). Pengaruh Beauty Vlogger Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Generasi Y Dan Z Dengan Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(6), 983–998.

- Putri, A. A., Husna, A. D., Nabilah, P., & Wikansari, R. (2024). Menghadapi Tantangan Pasar Baru Dalam Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (Jimea)*, 1(2), 126–137.
- Putri, A. F., & Wangi, M. S. (2023). Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Dan Terpaan Tayangan Review Product Terhadap Minat Beli Product Kecantikan: Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Dan Terpaan Tayangan Review Product Terhadap Minat Beli Product Kecantikan. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1).
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Putri, K. E., & Putri, K. Y. S. (2021). Pengaruh Promosi Di Akun Instagram@ Diskon. Indonesia Terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 5(1), 57–64.
- Putri, S. F., & Yulianti, I. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, Dan Price Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1).
- Rahmi, M. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha Umkm Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 1(1), 5–14.
- Rosmiati, R., Rudini, R., & Sujono, B. D. (2025). Kolaborasi Algoritma Apriori Dan Mix Bundling Untuk Sistem Rekomendasi Paket Produk Umkm. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 5(1), 87–95.
- Saputra, E., & Zulmaulida, R. (2020). Pengaruh Gaya Kognitif Terhadap Kemampuan Komunikasi Matematis Melalui Analisis Koefisien Determinasi Dan Uji Regresi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika Al Qalasadi*, 4(2), 69–76.
- Saragi, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee.
- Sari, D., Widayanti, S., Indah, P. N., & Syah, M. A. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Jamu Tradisional Di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 513–526.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *Digital Marketing: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

- Setyawan, D. W., Himmah, T. S. F., Kholifah, L., Wijaya, S. M., & Fadhilah, M. (2023). Optimasi Digital Marketing: Tinjauan Kritis Atas Strategi Penjualan Pompa Air. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 2(4), 293–300.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., & Tegar, M. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(1), 43–49.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Penerbit Cv. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48–61.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Edu Research*, 5(3), 110–116.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stim Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25–32.
- Yanti, N., Mallisza, D., & Mariandi, R. (2022). Optimalisasi Prestasi Kerja Karyawan Dengan Menggunakan Analisis Sem Pls. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 233–238.
- Yestasari, R., & Nengsih, M. K. (2024). The Effect Of Discounts, Free Shipping, Online Customer Reviews On Purchasing Decisions At The Shopee Marketplace (Case Study On Students Of Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Journal Of Indonesian Management*, 4(1), 85–98.
- Yogasnumurti, R. R., Se, M. M., Imas Permatasari, S. E., Heni Yuvita, S. E., Asfitri, M. K., Sakti, I. P., Zain, T. S., Nugraha, Y. A., & Rosita, S. (2024). *Psikologi Pemasaran Digital*. Basya Media Utama.
- Yonantha, D. A., Herdanto, R., Soehadi, A. W., & Yudianto, B. R. (2017). Dampak Aspek Emosional Konsumen Terhadap Brand Loyalty. *Asian Journal Of Entrepreneurship And Family Business*, 1(01), 47–62.
- Yulianti, R. D., & Mardiyah, S. (2023). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis Pada Remaja. *Jurnal Sains Kesehatan*, 30(3), 90–99.
- Zahra, S., Tabroni, T., & Tunavisa, Z. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gula Aren Merek Arenta Nusantara Di Munjul Kabupaten Pandeglang. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal Of Finance And Strategy Inside*, 4(3), 408–433.