

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta : Salemba Empat.
- Aaker David.A., 1991, Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Agung, Wahyu. 2010. Panduan SPSS 17.0 Untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta : Garailmu
- Akbarsyah, Aditya. (2012). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Joytea Di Kota Bandung Tahun 2012. Jurnal Institut Manajemen Telkom Bandung
- Arifuddin, Rani Rifani, Abdul Rahman Kadir, Nuraeni Kadir. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt.Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassar. HJABE Vol. 2 No. 3 Juli 2019
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta
- Arndt, J. (1967), "Word of Mouth Advertising and Informal Communication," In D.F. Cox (Ed.), Risk Taking and Information Handling Behavior, Bostom: Harvad University.
- Arwiedya, 2011, "Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media, Promosi Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)". Jurnal Ekonomi
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 219-231.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. M. Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. International Journal of Management, IT & Engineering, 8(10), 321-339.

- Bae, S. and Lee, T. (2011) Gender Differences in Consumers' Perception of Online Consumer Views. *Electronic Commerce Research*, 11, 201-214. <http://dx.doi.org/10.1007/s10660-010-9072-y>
- Brestilliani, Lelly (2020) Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Marketplace Shopee. Undergraduate Thesis, Stiesia Surabaya.
- Cahyani, Khoiriyah Indra dan Endang Sutrasmawati. 2016. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*.ISSN:2252-6552
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (6th ed.). Pearson.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fajrina, Hani Nur. 2016. "Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia". CNN Indonesia. Diakses pada 15 Oktober 2016. <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Keegan, B. J., & Rowley, J. (2017). Evaluation and decision-making in social media marketing . *Management Decision*, -.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- K.R. Mahalaxmi and P. Ranjith (2016). A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decision in Trichy. *IJIRST –International Journal for Innovative Research in Science & Technology*| Volume 2 | Issue 10 | March 2016, SSN (online): 2349-6010
- Lamba, Bhuvan dan Manav Aggarwal. 2014. “The International Journal Of Business & Management: A Study on Influence of eWOM: Consumer Buying Behavior.”*The International Journal Of Business & Management*, Vol 2 No. 9.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid’19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Listyawati, Indri Hastuti. Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 1 - 9, july 2020. ISSN 2252-5483. Available at: <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/85>.
- Lkhaasuren, M., & Nam, K. (2018). The Effect of Electronic Word of Mouth ( eWOM ) on Purchase Intention on Korean Cosmetic Products in the Mongolian Market. 14(4), 161–175.
- Machali, Imam. 2015. Statistik Itu Mudah: Menggunakan SPSS Sebagai Alat Bantu Statistik. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- Maharani, Nina. 2015. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. Universitas Islam Bandung.
- Malhotra, N.K. (2004). Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Mauliansyah, Roni. 2017. Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembeli Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6. No. 2.

- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44. <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>.
- Mulyono, Herry. 2016, "Brand Awareness dan Brand Image off Decision Making on University", Jambi.
- Park, Cheol, dkk. 2011. Factors Influencing Ewom Effects: Using Experience, Credibility, and Susceptibility. *International Journal of Sosial Science and Humanity*. Vol.1, No. 1.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C., *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Erlangga.
- 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>
- Pradani, Winangsari., Ade Jamal, Arie Wahyu Triansyah, Annisa Utami. 2013. Pengembangan Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Teknologi Google Web Toolkit (GWT). Vol. 2 No. 2, September 2013. Diambil dari: <http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SST/article/download/130/119>.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanto, Dwi . 2014. *SPSS 22 : pengolahan data terpraktis*, Yogyakarta : Andi Offset
- Prtatitis, Relung. 2020. Pengaruh E-Word Of Mouth, E-Service Quality dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Hotel Dafam Lotus Jember Melalui Online Travel Agent (OTA). Skripsi
- Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Rathore, Sumangla., & Panwar, Avinash. (2016). *Capturing, Analyzing, and Managing Word-of-Mouth in the Digital Marketplace*. America: Business Science Reference (an imprint of IGI Global).
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.

- Şahin, İlker, Mustafa Gülmez, Erhan Ersoy. (2019). Social Media Marketing and e-WOM: A Descriptive Approach to Mediterranean Young's Online Brand-Related Activities, Attitudes and Engagement. *IUYD'2019 / 10(1)*
- Saifuddin, M. (2020). Strategi Peningkatan Ekonomi Lembaga Sosial Dengan Memanfaatkan Aplikasi Pemasaran Berbasis Android (Studi kasus pada unit bisnis kidpreneur di Yayasan AL MADINA Surabaya).
- Saputri, Nuke Zenny, H. Ali Imron. (2019). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Attitude, Perceived Value dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Basa Toserba Pemalang). *Journal Of Management*, Juli 2019
- Sari, Desak Made Febri Purnama dan Ketut Gede Sri Dwiya. (2018). Strategi Digital Marketing, Word Of Mouth (Wom), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Volume 3, No. 2, Desember 2018
- Sari, Novita , Muhammad Saputra, Jamaluddin Husein. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol. 03. No.01, Januari 2017
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suciningtyas W. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *MAJ [Internet]*. 7Aug.2012
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Syafirah, Lisbeth Mananeke, Jopie Jorie Rotinsulu. (Juni 2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. Jurnal EMBA.
- Werry, Fredyan Alan. (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). Skripsi thesis, Sanata Dharma University.
- Widyana, Suci Fika, Salsabilla Ramadhanti Batangriyan. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt. Central Global Network. Jurnal Bisnis dan Pemasaran ISSN : 2087-3077 Volume 10, Nomor 2, September 2020.
- Widiartanto, Yoga Hastyadi. 2016. "2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta ". dapat diakses di: <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>.
- Z. Shahid, T. Hussain and F. Azafar. (2017). The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention. Journal of Marketing and Consumer Research, ISSN 2422-8451, 33.