

DAFTAR PUSTAKA

- Aktivitas, Pengaruh et al. 2020. “(1) 1,2,3.” 7(2): 2220–37.
- Ariessa. 2021. “Keputusan Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19.” 3(1): 209–13.
- Barus, Ngalemisa Br et al. 2021. “PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MS.” : 616–26.
- Batee, Maria Magdalena. 2019. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2(2): 313–24.
- Kemp,S.(2022). Digital-2022-Indonesia-February-2022-v01_compressed.pdf. in *Databoks katadata* (pp. 24–84). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?msclkid=5484950ac3011eca46cf06ec644a888>
- Clinteen, Bill. 2023. “Pengguna Internet Di Indonesia.” *Kompas*: 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all#:~:text=KOMPAS.com - Jumlah pengguna internet,di Indonesia berkisar 202 juta.>
- Laily, and Astuti. 2022. “Pengaruh Influencer, Digital Marketing, dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Dimsum Sidoarjo” 15: 1–12.
- Daniel Laksana, and Diah Dharmayanti. 2018. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel InterveniDharmayanti, L. &. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capita.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12(1): 10–24.
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. 2018. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean.” *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2): 61–76.
- Gunarsih, Cindy Magdalena, and Lucky F Tamengkel. 2021. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.” 2(1): 69–72.
- Kambali, Imam, and Ani Syarifah. 2020. “PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Billionaire Store Bandung).” *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id* 10: 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>.
- Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. 2021. “Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Prosiding*: 38–54. <http://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/PROSIDING/article/view/441>.

- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 1–23.
- Ghozali. (2016). Metode Penelitian Profitabilitas, ukuran perusahaan, Pergantian Manajemen, dividend Payout Ratio dan leverage. *Journal of Auditor Switching*, 53(9), 1689–1699.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Bran Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 361–375.
- Mulyansyah, Gumilar Tintan. 2021. “PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI KAWASAN G-WALK SURABAYA.” 9(1): 1097–1103.
- Mustapa, Atika, Rizan Machmud, and Djoko L Radji. 2022. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food.” *Jambura* 5(1): 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.
- Nabilla A. G, Antje Tuasela. 2021. “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi.” *Kritis* 5: 21–40.
- Prambudi, Ricardo, Cece Rakhmat, and Ari Arisman. 2022. “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID-19 (Survei Pada Konsumen Baju Koko Purnama Kawalu Kota Tasikmalaya).” 1(4): 465–70.
- Pratama, Dirga, Putra Rustandi, and Widya Sastika. 2021. “PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BRAND FASHION PULL AND BEAR DI BANDUNG TAHUN 2021.” 7(6): 1–2.
- Putra, Eko. 2020. “PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mahasiswa STIE Pasaman).” *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 8(3): 467–74.
- Arinkunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Sesuatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Putri, Prisma Miardi, and Kata Kunci. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online.” 5(1): 25–36.
- Ratna Gumilang, Risa. 2019. “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(1): 9–14.
- Roymon, Panjaitan. 2020. 9 Management Pemasaran *Manajemen Pemasaran : Manajemen*

Pemasaran Modern.

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Tusanputri, Alyasinta Viela. 2021. “Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop The Effect of Advertising and Free Shipping Programs on Purchase Decision on the Tiktok Shop e-Commerce Platform.” 23(4): 632–39.
- V.A.R.Barao et al. 2022. “PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MS GLOW PADA MAHASISWA DI KOTA MEDAN.” *Braz Dent J.* 33(1): 1–12.

