

DAFTAR PUSTAKA

- Alvina Wigati, F. S. (2024). STUDI PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FMCG (FAST MOVING CONSUMER GOODS) DI RANTAU KALIMANTAN SELATAN. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*.
- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengembalian Keputusan . *Jurnal Akademika*, 20, No.2(2), 170.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arismayanti, N. K., Andiani, N. D., & Pitana, I. G. (2022). *Digital Marketing*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Ariyan, H. (2013). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MINUMAN AQUA DI KOTA PADANG PENGARUH BRAND AWARENESS DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN ATAS MEREK. *Jurnal Manajemen*, 041(1), 1–11.
- Chairy, P. (2025). *Pengaruh Digital Marketing , Brand Awareness , Dan Customer Engagement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan*. 8, 23–30.
- Desta Sulaesih Mursyidah, C. V. (2025). *Perilaku Konsumen*. PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kofieboy*. 4(2), 488–498.
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- El, C., Syafitri, D., Islam, U., Sumatera, N., Nawawi, Z. M., Universitas, D., Negeri, I., & Utara, S. (2025). *PERAN STRATEGIS PENGEMBANGAN MARKETING SKILL UMKM DI ERA PERSAINGAN DIGITAL YANG SEMAKIN*. 2(3), 455–465.
- Firmansyah, A. F., & Hargyatn, T. (2025). *Economics And Digital Business Review Brand Trust Sebagai Mediator Pengaruh Content Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet*. 6(2), 1474–1482.
- Harefa, A., Magdalena, M., & Kakisina, S. M. (2025). *Economics And Digital Business Review Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Pada Usaha Konveksi Elshadai Ewitt*. 7(1).
- Hartono, R. (2025). *ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP*

- PERILAKU KONSUMEN DI PASAR E-COMMERCE INDONESIA. *Astina Mandiri*, 4, 373–383.
- Husen, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING*. 2, 1356–1362.
- Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *UMSIDA Repository*, 1–15.
- Krisnawati, D., & Krisnawati, D. (2016). *PENGARUH BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK MEREK AQUA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KOTA BANDUNG)*. 4(1).
- Novita, V., & Bevizil, I. (2020). *PENGARUH ETIKA AUDITOR , AKUNTABILITAS , DAN TEKANAN*. 2017.
- NURHALIJA. (2025). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DIKECAMATAN WONOMULYO KABUPATEN POLEWALI MANDAR THE INFLUENCE OF BRANG AWARENESS AND BRANG IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR HONDA BRANG MOTORBIKES IN WONOMULYO .*
- Pangesti, P. T., Mustaqim, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., Manajemen, P., Ekonomi, F., Ulama, U. N., Beli, M., Shop, T., Marketing, C., Awareness, B., Intention, P., & Shop, T. (2025). *Meningkatkan Minat Beli Para Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Minat Beli Pengguna Aplikasi Tiktokshop Di Daerah Cikarang)*. 3(2), 32–41.
- Pattiasina. (2025). *Digital Marketing:: Teori, Konsep Dan Implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Pramiarsih. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. DEEPUBLISH DIGITAL
- Pratami Wulan Tresna^{1*}, Arianis Chan², T. H. (2021). THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON PURCHASE DECISIONS (STUDY ON SHOPEE CONSUMER). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 1–11.
- Putri, A. R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Studi, P., Digital, B., Indonesia, U. D., & Pembelian, K. (2025). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Platform E-Commerce Di Indonesia*. 2025, 22–31. <https://doi.org/10.65344/Mass.V2i2.145>
- Ratna, A., Waruwu, L., Ratna, A., Widyawati, N., Wijonarko, G., Kalangi, H. E., Surabaya, S. B., Perak, J., No, B., & Timur, J. (N.D.). *Pemanfaatan Digital Marketing , Kualitas Produk , Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Kuliner Surabaya*

Utara.

- Restu, P. (2026). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi) PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN REPUTASI*. 15(01), 370–386.
- Robin, F. A. T., & Angeline, S. (2024). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK AQUA JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*. 8(2), 326–336.
- Rustiyana Rustiyana, R. S. (2025). *Digital Marketing*. Penerbit Buku Sonpedia.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Abdullah, R. (2023). *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*. 3(1), 10–16.
- Sawlani, S. M. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE: KUALITAS WEBSITE, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Simatupang, P., Sihite, T., Purba, F., & Girsang, Y. S. N. (2024). *PENDAMPINGAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM SUPER BAKSO INDONESIA PEMATANG SIANTAR*. 4, 188–193.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). *Volume 19 Issue 1 (2022) Pages 170-182 Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Issn: 1907-3011 (Print) 2528-1127 (Online) Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Digital Marketing In The Development Of Micro, Small,.* 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.29264/jkin.V19i1.10207>
- Vildayanti, R. A., Ekonomi, F., & Luhur, U. B. (2019). *Analisis Strategi Brand Awareness (Top Of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unaware Of Brand) Sepeda Motor Piaggio Vespa Di Jakarta. Relasi : Jurnal Ekonomi*, 15(1), 113–134. <https://doi.org/10.31967/Relasi.V15i1.304>
- Widianti, V. P., Hermawan, H., & Shulthoni, M. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Era Digital Marketing (Studi Kasus Di Food Court Kajeen Kabupaten Pekalongan)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 45–51. <https://doi.org/10.55049/Jeb.V17i1.392>