

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S., Ningrum, D. L., Alparisin, M. R., & Sanjaya, V. F. (2021). "Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Kopi Ketje Lampung". *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1), 41–49.
- Allen, A. (2020). *Understanding The 7Ps of The Marketing Mix*. Oxfordcollegeofmarketing. <https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/10/08/understanding-the-7ps-of-the-marketing-mix/>
- Anisa, N. A., & Widjatmiko, A. G. (2020). "Electronic Word of Mouth (E-Wom) , Celebrity Endorsement Dan Gaya Hidup Pada Minat Beli Produk Online Shop". *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(10), 1514–1522. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i10.480>
- Annur, C. M. (2020). *Riset: belanja online Indonesia tumbuh 3,7 kali lipat di 2025*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5e9a495b679e8/riset-belanja-online-indonesia-tumbuh-37-kali-lipat-di-2025>
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). "Tingkat Kecanduan Media Sosial Pada Remaja". *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41–53. <https://jurnal.unpad.ac.id/jnc/article/view/26928>
- Ardiani, E., & Sugiyanto. (2020). "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Online Dengan Media Sosial Melalui Minat Beli". *Economic and Business*, 1(2), 430–435. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/91/91>
- Azizah, U. (2020). "Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah BRISyariah IB (Survei pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga)" [Institut Agama Islam Negeri]. [http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8813/2/ULFATUL\\_AZIZAH\\_PENGARUH\\_DIGITAL\\_MARKETING\\_DAN\\_CUSTOMER\\_RELATIONSHIP\\_MARKETING\\_TERHADAP\\_KEPUTUSAN\\_NASABAH\\_PRODUK\\_TABUNGAN\\_FAEDAH\\_BRISYARIAH\\_iB\\_%28Survei\\_pada\\_Nasabah\\_Bank\\_BRI\\_Syariah\\_KCP\\_Purbalingga%29.pdf](http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8813/2/ULFATUL_AZIZAH_PENGARUH_DIGITAL_MARKETING_DAN_CUSTOMER_RELATIONSHIP_MARKETING_TERHADAP_KEPUTUSAN_NASABAH_PRODUK_TABUNGAN_FAEDAH_BRISYARIAH_iB_%28Survei_pada_Nasabah_Bank_BRI_Syariah_KCP_Purbalingga%29.pdf)
- DataReportal. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Facebook. (2020). *Kami Meluncurkan Fitur Interaksi Baru, Cara Menemukan Grup, dan Lebih Banyak Fitur untuk Admin*. Facebook.

<https://www.facebook.com/community/whats-new/facebook-communities-summit-keynote-recap/>

- Fadilah, N. (2019). “Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online Snack Mibiting OISHI”. [Universitas Pancasakti Tegal]. In *Repository Universitas Pancasakti Tegal*. <http://repository.upstegal.ac.id/998/>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., Febriansyah, E., & Sandova, A. S. (2020). “Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(1), 20–24. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jems/article/view/616/507>
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah)”. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 314–320. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/1747/1062>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). CV Budi Utama, Yogyakarta. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=XDKaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Perilaku+konsumen&ots=jt0P9Ntl7N&sig=WCv4KqRSypu7Yu6RVvU\\_jvRGN5g&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Perilaku+konsumen&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=XDKaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Perilaku+konsumen&ots=jt0P9Ntl7N&sig=WCv4KqRSypu7Yu6RVvU_jvRGN5g&redir_esc=y#v=onepage&q=Perilaku+konsumen&f=false)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Badan Pene). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Grigaliunaite, V., & Pileliene, L. (2017). “How Do Brand Associations Affect Purchase Intentions? A Case of Organic Products”. *RESEARCH FOR RURAL DEVELOPMENT*, 2, 210–216. <https://doi.org/10.22616/rrd.23.2017.070>
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelola Data Penelitian*. Deepublish, Yogyakarta.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hanlon, A. (2022). *How to use the 7Ps Marketing Mix*. SmartInsights. <https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/>
- Huyen, T. T., & Costello, J. (2017). “Quality Versus Quantity: an Investigation into Electronic Word of Mouth’s Influence on Consumer Buying Intention”. *Journal of Promotional Communications*, 5(2), 137–155. [http://eprints.bournemouth.ac.uk/29643/1/ewom\\_submission.pdf](http://eprints.bournemouth.ac.uk/29643/1/ewom_submission.pdf)

- Ifhoncy, R. (2017). "Pengaruh *Word of Mouth Communications Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Febi IAIN Bengkulu Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*". [INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU]. [http://repository.iainbengkulu.ac.id/587/1/RICK\\_IFHONCYE.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/587/1/RICK_IFHONCYE.pdf)
- Imilia, Z. (2020). "Pengaruh Variasi Produk Kuliner Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lokasi Kaki 5 di Jalan Perniagaan Medan". *Jurnal Bisnis Corporate*, 5(2), 47–57. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/view/1089/961>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of marketing* (8th ed.). Pearson.
- Kridaningsih, A. (2020). "Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino dari Ultimate Nutrition di Kota Mojokerto". *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 1–10. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/108/121>
- Kurniawan, K. (2020). *7 Konsep Inti Pemasaran Yang Wajib Diketahui*. Projasaweb. <https://projasaweb.com/konsep-inti-pemasaran/>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-Commerce 2017* (13th ed.). Pearson.
- Lestari, A. A. (2017). Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Kecamatan Sumpi Jember. *Repository UM Jember*. <http://repository.unmuhjember.ac.id/7964/>
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). "Analysis of Service Quality, Product Completeness, and Price on Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru". *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1), 45–58. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Lidwina, A., & Bayu, D. J. (2021). *Penggunaan e-commerce Indonesia tertinggi di dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Muazam, A. R. (2020). *Transaksi E-Commerce Didominasi Generasi Z dan Milenial*. Alinea.Id. [https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj#:~:text=Sebanyak 85%25 transaksi dilakukan konsumen,-35 tahun \(49%25\).](https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj#:~:text=Sebanyak 85%25 transaksi dilakukan konsumen,-35 tahun (49%25).)
- Ningsih, E. S. P. (2019). "Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee". [Universitas Muhammadiyah Makassar]. <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8429->

Full\_Text.pdf

- Octaviani, W. (2021). Pengaruh Product Quality , Sales Promotion , Dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online ( Studi Kasus Brand Naisha ). *SKRIPSI. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga*, 1–132.
- Olmedilla, M., Martínez-Torres, M. R., & Toral, S. L. (2019). “The Superhit Effect and Long Tail Phenomenon in The Context of Electronic Word of Mouth”. *Decision Support Systems*, 125. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.113120>
- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2020). *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics* (2nd ed.). Bloomsbury Publishing. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0BIHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Marketing+Strategy”,+Robert+W.+Palmatier+dan+Shrihari+Sridhar&ots=PXpB51\\_PjP&sig=\\_Tgz0pDjJB0dFxFxJufytEP9TUoR4&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Marketing+Strategy”%2C+Robert+W.+Palmatier+dan](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0BIHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Marketing+Strategy”,+Robert+W.+Palmatier+dan+Shrihari+Sridhar&ots=PXpB51_PjP&sig=_Tgz0pDjJB0dFxFxJufytEP9TUoR4&redir_esc=y#v=onepage&q=Marketing+Strategy”%2C+Robert+W.+Palmatier+dan)
- Pham, T. M. L., & Ngo, T. T. (2017). “The Effect of Electronic Word-of-Mouth on Brand Image, Perceived Value, and Purchase Intention of The Smartphone’s Consumer”. *The 11th International Days of Statistics and Economics, 2012*, 1192–1205. [https://msed.vse.cz/msed\\_2017/article/213-PhamThiMinh-Ly-paper.pdf](https://msed.vse.cz/msed_2017/article/213-PhamThiMinh-Ly-paper.pdf)
- Priansa, D. J. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia, Bandung.
- Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta, Bandung.
- Sahputra, R. P. A., & Budiarti, A. (2017). “Pengaruh Celebrity Endorser dan Promotion yang Dimediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–22. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1065>
- Salsabila, A., & Nurdasila. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Rekomendasi Selebgram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Electronic Word of Mouth (Ewom) Sebagai Pemediasi Pada Pengguna Shopee Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(3), 546–562. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Saragih, L., & M. Girsang, R. (2020). “Pengaruh E-wom Facebook Terhadap Minat Beli Mahasiswa Perempuan Berbelanja Online (Studi Pada Fakultas Ekonomi USI Pematang Siantar Sumatera Utara, Indonesia)”. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 13(1), 57–67. <http://jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id/index.php/jur1/article/view/40/46>

- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com". *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/968/615>
- Sijoria, C., Mukherjee, S., & Datta, B. (2019). "Impact of The Antecedents of Electronic Word of mouth on Consumer Based Brand Equity: A Study on The Hotel Industry". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1497564>
- Solusi E-Commerce. (2022). *15 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Pengunjungnya*. Sirclo. <https://www.sirclo.com/blog/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjungnya/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tashandra, N. (2018). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen ritel : Strategi dan implemantasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia edisi 3* (3rd ed.). Salemba Empat, Jakarta.
- Wahyudi, R. (2012). *Transaksi FJB Kaskus Rp 575 Miliar Per Bulan*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2012/11/25/13233388/Transaksi.FJB.Kaskus.Rp.575.Miliar.Per.Bulan>
- Wardani, A. K., & Romyeni. (2017). "Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Forum Online Female Daily Terhadap Minat Beli Produk Purbasari di Kalangan Remaja Wanita". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/15587/15129>
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata di Semarang". *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Yuniar, A. D., Rahmanto, I., Martha, L. Pa., Saputra, M., HASna, S., Nuryani, A. F., Wibawa, I. S., Perguna, L. A., Sholihah, N., & Anzari, P. P. (2021). *Book Chapter Literasi Digital: Tren, Tantangan dan Peluang*. Cipta Media Nusantara.