

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Ilyas, *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia, 2019.
- [2] J. Safitri, "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nescafe Di Kecamatan Minak Kabupaten Siak," *Skripsi*, 2020.
- [3] F. Alan Werry, "Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi yang Membeli Sepatu Merek Lokal)," *Skripsi*, 2020.
- [4] D. Febi Arimbi, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee)," *Skripsi*, 2020.
- [5] S. Yoyo dan N. A. Sofiati, *Digital Marketing dan Fintech Di Indonesia*. Yogyakarta: ANDI, 2020.
- [6] S. Lindawati, M. Hendri, dan J. Hutahaeen, *Pemasaran Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [7] H. Wijoyo, *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- [8] Fandi, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI, 2018.
- [9] A. G. Chakti, *The Book Of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- [10] A. Rumandang, *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [11] Sumiati, N. Hirfiyana, dan Yulianti, *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press, 2016.
- [12] W. Swasty, *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Jakarta: Rosda, 2016.
- [13] Ani Wahyuningsih, I. L. Mufarokhah, dan Z. Firdaus, "PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING TERHADAP USAHA PEMASARAN 'KOPI GUNUNG DEWA JEMBUL,'" *J. Univ. Islam Majapahit*, 2019.
- [14] R. El Ishaq, *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrac Publishing, 2017.
- [15] J. D. Puspitasari, *Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2020.
- [16] D. Sukardi, *Manajemen Merek Dan Strategi E-commerce*. Jakarta: Kencana, 2020.
- [17] Nurul Qomariyah, *Brand Image dan Atribut Produk*. Jember: CV Pustaka Abadi, 2020.
- [18] D. Indriani, *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: ANDI, 2018.
- [19] M. A. Firmasyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Pasuruan: Qiara Medika, 2018.
- [20] Y. Rossanty, M. D. T. P. Nasution, dan F. Ario, *Customer Behaviour In Era Millennial*. Medan: AQLI, 2018.

- [21] Daniel dan Robby, *Marketing Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- [22] Muchtar dan Hasbullah, *Internet Marketing Strategi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [23] Supranto, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana, 2019.
- [24] I. Nurdin dan S. Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Cendekia, 2019.
- [25] S. Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [27] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet, 2016.
- [28] P. Setya Mustafa, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Malang: Wahid Jaya, 2020.
- [29] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [30] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [31] N. Zulmiyetri dan Safaruddin, *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2019.
- [32] Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- [33] F. Sudarto, *Metode Kuantitatif Mengukur Kepuasan Pengguna Web Kampus*. Jawa Tengah: Lakeisha, 2021.
- [34] V. H. Kristanto, *Metode Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [35] Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2020.
- [36] Kurniawan, *Analisis Data Panduan Analisis Langkah Lebih Cepat, Lebih Mudah, dan Lebih Praktis*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- [37] D. Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI, 2018.
- [38] J. Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017.
- [39] D. Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI, 2017.