

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Edy and S. Marsono. 2019. " Peranan Karakteristik Teknologi Informasi Dalam Perilaku Konsumen Online (Pendekatan *Consumers Decision Journey Theory*)". Research Fair Unisr. Vol 3, No. 1, pp. 2550-0171.
- [2] L. Sumarni. 2020. " Pengaruh Online Marketing Dan Offline Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Toko Vivi Jilbab Dan Fashion Kota Jambi".
- [3] K. M. Biasa, A. L. Tumbel, M. D. Walangitan, J. Manajemen, and F. Ekonomi. 2021. "Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop Manado)," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen. Bisnis dan Akunt.*, Vol. 9, No. 2, pp. 948–956.
- [4] A. Adawiyah. 2017. "Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Converse Pada Siswa/i SMA Yayasan Pendidikan Harapan 1 Medan". *J. Pembang. Wil. Kota*, vol. 1, No. 3, pp. 82–91.
- [5] A. Fahrika, N. Rachma, and A. R. Slamet. 2019. "Pengaruh Online Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Joyism Malang". *J. Ilm. Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 4, pp. 52–63.
- [6] I. Darmawati and R. Indriawati. 2021, "Upaya Peningkatan Penjualan Hasil Produksi Kelompok Umkm Perajin Kipas Bambu". *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen*, Vol. 1, No. 5, pp. 2033–2038.
- [7] R. M. Sari. 2020. "Kajian Pustaka Kegunaan Internet di Era Digital", Vol,2 No.1, pp. 6–25.
- [8] D. Tsadik *et al.*, "Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Online". 2020. *Int. J. Hypertens.*, Vol. 1, No. 1, pp. 1–171.
- [9] Ahmad Fauzi. 2016. "Konsep Internet Marketing" Vol. 3, No. 1, pp. 1–18.

- [10] I. Bagas and R. Rizaldy. 2017. "Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Mybca Ciputra World Surabaya)", *J. Ekon.* Vol.16, No.6, pp. 38-57.
- [11] A. D. Nahusona and R. K. Andadari. 2018. "Pembaharuan status, pencitraan personal, kepercayaan dan keputusan pembelian daring". *J. Ekon. dan Bisnis*, Vol. 21, No. 2, pp. 267–288.
- [12] S. Helmi. November, 2017. "Pengaruh Servicescape terhadap Customer loyalty Wisata pantai melalui Satisfaction , WOM dan Social Media".
- [13] D. Sinurat. 2018. "Pengaruh Social Online Marketing dan Offline Marketing terhadap keputusan konsumen". *J. Pembang. Wil. Kota*, Vol. 1, No. 3, pp. 82–91.
- [14] E. Rahim and R. Mohamad. 2021. "Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah". *MUTAWAZIN (Jurnal Ekon. Syariah)*, Vol. 2, No. 1, pp. 15–26.
- [15] P. Z. Nafi'ah and M. S. Hidayat. 2019. "Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Grab Di Kota Mojokerto".
- [16] Y. Setiawan. 2018. "Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berkunjung Pada Cafe Taman Selfie Di Kota Binjai". *Libr. Univ. Sumatera Utara*, pp. 44–85.
- [17] W. Hidayat and P. Andreas. 2015. " Perancangan Interior Cafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya", *J. Intra*, Vol. 3, No.2, pp. 92-101.
- [18] Nurjaya et al., 2020. " Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks di Wilayah Cianjur", *J. Ekonomi Efektif*, Vol. 2, No. 4, pp.2622-8882.
- [19] A. F. Yulanda and Vivi. 2022. "Analisis Store Atmosphere Nate by WV Cafe di Pontianak". *J. Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1, pp. 2654-7325.
- [20] H. Pratiwi. 2019. "Perilaku Konsumen Dalam Dunia Digital Di Instagram," *J. Komun. 2019 oleh Mizanie D.* Vol. 12, No.1, pp. 80-240.

- [21] Rizky. 2018. "Hubungan Pemasaran Interaktif Terhadap Keputusan Konsumen". *J. Ekonomi*, Vol. 12, No.4, pp. 1–15.
- [22] Prof. Dr. Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi 21. Alfabeta. Bandung.
- [23] N. Purwanti, B. Irawan, and Sriono. 2017. "Eksplorasi Faktor-Faktor Online Marketing Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Belanja Online Pada Naufal Bag Collection". *e-Journal Ekon. Bisnis dan Akunt.* Vol. 4, No. 1, p. 84-87.
- [24] K. Sangadah and J. Kartawidjaja, *Orphanet J. Rare Dis.*, vol. 21, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [25] A. Efendy and L. Pratami. 2017. "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online". *J. Prosiding Ekon.* Vol. 5, No. 3, pp. 59-67.
- [26] N. Mardhiyyah, A. Sulistiyawati, and I. Rahyuda. 2019. "Faktor-faktot yang Mmepengaruhi Konsumen dalam Membeli Produk di Hungry Bird Coffee Cangu". *J. Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 2, pp.54-68.
- [27] C. Rahmayani and A. Wardhana. 2017. " Analisis Faktor-faktor Electronic Word of Mouth Pada Media Instagram Atmosphere Resort Cafe di Bandung". *J. Ekonomi dan Bisnis, e- Proceeding of Management.* April 2017. Vol. 4, No. 1, pp. 895-901.
- [28] C. Oktaviani and M. Farid. 2020. "Faktor-faktor yang Menentukan Konsumen dalam Memilih Cafe Celebes Walet 88 di Kota Palu". *J. Ilmu Manajemen*, Vo. 6, No. 1, pp. 2443-3578.