

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Efendi. (2020). *Analisis Regresi Teori dan Aplikasi dengan R*. Universitas Brawijaya Press.
- Aziz, R. A. (2020). *E-BOOK DIGITAL MARKETING CONTENT* (1st ed.).
- Didik Gunawan. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harwani, Y., & Fauziyah. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk , Persepsi Harga dan Iklan Product Quality , Price Perception and Advertising). *BECOSS*, 2(3), 285–291.
- I Made Laut Mertha Jaya. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia.
- Ifan, M., Ihsan, R., Rezki, M., Alamsyah, D. P., Nusa, S., & Jakarta, M. (2019). Ifan, Muhammad. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 4(1), 14–20.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FOLLOWERS ONLINE SHOP INSTAGRAM @ KPOPCONNECTION*. 10(1), 39–50.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Misno, A. (2021). *Fundamentals of Social Research : Methods, Processes and Applications*. Diandra Kreatif.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Philip T. Kotler & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing (Global Edition) 17th Edition*. pearson education.
- Putri, P. M., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online*. 5(1), 25–36.
- Sola, K. (2021). *Rencana Bisnis Makanan Cepat Saji “ Kara Age Wae ” Ringkasan Dekripsip perusahaan*.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258.

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>

- sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan)*. ALFABETA.
- Sulistyowati, R. (2021). *Pengaruh digital marketing dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen*. 18(4), 661–668.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wati, A. P., Aulia, M. J., & Indrawati, A. (2020). *DIGITAL MARKETING* (N. A. Fransiska (ed.); 1st ed.). Edulitera.
- Yeni Kustiyahningsih, D. R. A. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Zulkarnain Lubis. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Penerbit Andi.