

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, R. (2018). "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada Pt Ahm. *E-Proceeding Of Applied Science*, 4.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, & Aniek Indrawati. (2020). *Digital Marketing* (Nadya Artha Fransiska, Ed.; 1st Ed., Vol. 1). Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019).
- Arnanda Awal Nikmatulloh, & Andi Wijayanto. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(10), 837–845.
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/Sur>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Elian Tania, A., Lokasi Dan Harga, P., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (N.D.). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Fajrin Mustika Hapsari. (2022). Pengaruh Brand Trust, Media Sosial Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee. *Repository Universitas Islam Batik*, 6.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Jurnal Manajemen Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemenprogram Studi Manajemen Stie Sultan Agung volume 6–Nomor1, Juni2020, (Hlm31-42), 6, 31–42*. [Http://www.maker.ac.id/index.php/maker](http://www.maker.ac.id/index.php/maker)
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Khafidatul, I., & Indra, K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Khotimah, K. (N.D.). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop*. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/jmsab>
- Laluyan, G. I., Program, D., Manajemen, S., Unkris, F. E., Setiorini, A., Kampus, A. :, & Timur, J. J. (N.D.). *Implementasi Digital Marketing Terhadap*

- Keputusan Pembelian Konsumen Jd.Id Jakarta Imam Wibowo 2) 2).*  
<https://Aseanup.Com/Top-E-Commerce->
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Mulyono, L. E. H. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 8(3), 258–269. <https://doi.org/10.29303/Jmm.V8i3.448>
- Rahmi, & Syafitri. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Beli Masyarakat Secara Online. *Al-Ijtima`I: International Journal Of Government And Social Science*, 6(1). <https://doi.org/10.22373/Jai.V6i1.665>
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Sangari, K. A., & Octaviana, S. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Era Covid 19 Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(8). <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V6i8.3767>
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2019). Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Interkomunika*, 2(2).
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. In *Generation Journal* (Vol. 4, Issue 1). <https://www.slideshare.net/Datareportal/Digital-2019-Indonesia-January-2019->
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V6i1.223>
- Wahyu Laksono Nanang Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. In *Holistic Journal Of Management Research: Vol. I* (Issue 1).
- Wulandari, K. (2020). The Effect Of Brand Image, Brand Trust, And Advertising On Consumer Purchase Interest In Cosmetic Products (Study On Sociolla E-Commerce Users). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9.