

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). *Survei Internet APJII 2024*.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 2009–2018.
- Budiawan, E., & Iswati. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di Surabaya Timur. *Jurnal Bisnis Net*, 7(2), 2621–3982.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity*, 4(1), 1–10.
- Fahmi, A. N., Sudirman, R., & Noviasari, R. A. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mulia Print. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(2), 624. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1059>
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Mertayasa, A., & Nugraha, A. (2024). Digital Marketing Ssebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Edunomika*, 08(02), 1–10.
- Hudatama, I. B., Ngatno, & Nurseto, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Baru Indihome di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Iwan, & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma*, VIII(2), 17–24.
- Jaelani, A., & Retnowati, W. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Pemasaran*, 3(2), 21–30.
- Lestari, E. J. (2024). The Influence of Digital Marketing on Product Quality, Price, and Consumer Purchasing Decisions Towards Something Product Brands. *Journal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 249–260.
- Lestari Fajar D, & Azizah Nur J. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1), 419–428. <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>

- Lestari, S., Rahmadani, A. Della, & Lestari, F. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Popmart Official Indonesia. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier*, 9(1), 2118–7303.
- Lombok, E. V, & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *EMBA*, 10(3), 953–964.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 227–238.
- Margery, E., Seri, & Viola. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan word of mouth terhadap minat pembelian konsumen mobil honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 1(2).
- Meriska, H. I., & Sukaris. (2024). Analysis Of The Influence Of Brand Image, Price, And Digital Marketing On Purchasing Decisions In Tea Break Consumer. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(1), 1636–1655.
- Rahma, H., & Hariyana, N. (2023). Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1821–1828. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3>
- Rahmadani, D. A., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Indihome PT Telkom Unit Bojonegoro. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5445–5456. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rehalat, A., & Nurul 'ainy, Z. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Identitas Sosial Pada Siswa SMP 27 Maluku Tengah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 9(1), 449. <https://doi.org/10.29408/jpek.v9i1.30125>
- Restu, P., Oktafianis, O., & Rayhan, G. (2023). Pengaruh Brand Image, Presepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan Di Wilayah Solo. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 256–267. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i1.624>
- Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi Digital Marketing Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>

- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Sihotang, C. S., & Supriyono. (2024). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(2). <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>
- Styawati, A. L., & Roni, M. (2023). The Influence of Brand Image and Digital Marketing on Cosmetic Product Purchasing Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7648–7656. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Susenas. (2024, April 16). *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun Ke Atas di Jawa Timur Dirinci Menurut Kabupaten/Kota dan yang Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir dan Jenis Kelamin, 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Victor, Meitiana, Kristinae, V., & Aprilita. (2025). The Effect of digital marketing on buying interest in indihome products with the role of brand awareness as an intervening variable. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 5(1), 47–55.
- Wiranata A.K, Agung P.A, & Prayoga S.M. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). *Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado)*. 10, 511–521.
- Yonada, N. S., & Indriyani, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Askha Jaya. *PROSIDING SNPPM-5*, 189–195. <https://prosiding.umm metro.ac.id/index.php/snppmHalaman|189>
- Yulianingsih, S., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Indihome PT Telekomunikasi Selular Branch Karawang-Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 365–373. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12683969>
- Zaenati, M., Hidayati, L. L. A., & Kurnia, M. (2022). The Effect of The Brand Image, Advertising and Social Media Marketing on Purchase Decisions. *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*, 2(2), 65–79. <https://doi.org/10.53017/ujeb.166>