

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D.O., N.D. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 202.
- Asnusa, S., & Aziz, R. A. (2018). Hubungan Antara Kepemimpinan, Pelatihan, *Reward*, Dan *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan IIB Darmajaya. *Brand Image* Tb.Pdf, N.D.
- Delpiero, A., Istriani, E., 2023. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, Dan *Servicescape* Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Sari Yogyakarta. *Inobis* 6, 233–245. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.271>
- Dimas Bayu Anggoro, Murwanto Sigit, 2023. Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli: Studi Pada Teh Pucuk Harum Di Indonesia. *Masman* 2, 01–09. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.249>
- Fauziah, N., Isyanto, P., Yani, D., N.D. Pengaruh Konten *Digital Marketing* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Di *Tiktok Shop* Pada Mahasiswa Program Studi Di Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Febriani, T., N.D. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Siswa Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Di Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Tapung.
- Hair, J.F. (Ed.), 2014. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equations Modeling (Pls-Sem)*. Sage, Los Angeles.
- Iqbal, M., 2021. Efektifitas *Digital Marketing* Terhadap Kualitas Layanan Pada Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Di Aceh). *Jemsi* 7, 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Kurniati, K., N.D. Abstrak Pengaruh Pengawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada Pt.Sari Lembah Subur. *Literasi Digital*.Pdf, N.D.

- Mala, R., Manggu, B., N.D. Pengaruh Pemasaran *Direct Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa/I Di Institut Shanti Bhuana.
- Maraghi, M.R., Nadhiroh, U., Jatmiko, U., 2023. Pengaruh Lokasi, Harga, Dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Sewa Jasa Yunida *Wedding Organizer* 1.
- Maria, H.D., Pamungkas, A., Kusumah, F.G., 2023. Pengaruh *Digital Marketing* Dan *E-Word Of Mouth* Terhadap *Buying Interest* Dan *Purchase Decision* 17.
- Mehyar, H., Saeed, M., Baroom, H., Al-Ja'afreh, A., Al-Adaileh, R., 2005. *The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Consumers Purchasing Intention.* . Vol.
- Mega, K, I., Rgmigarsari, E., Walida .S.E, Menentukan Ukuran Sampel Penelitian di Bidang Matematika pada Skala Data Metrik.
- Muafidah, M., Sulistyowati, R., 2021. Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabel: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 18, 661–668. <https://doi.org/10.30872/Jakt.V18i4.9834>
- Murdiani, T., Andika, A. J., & Widiyanto, W. I. (2022). Pemanfaatan *WhatsApp Group* Sebagai Media Promosi dalam Penjualan *Online*. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 7(1), 69–76. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i1.1311>
- Murdiani, T., Asnusa, S., & Ramaputra, M. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Pilihan UMKM untuk Mendukung Upaya *Digital Marketing*.
- Mutmainna, Yuniarti, Kumalasari .T., Pengaruh *Sosial Media Marketing* terhadap Minat Masuk Perguruan Tinggi Negeri.
- Ndruru, Y., Junaidi, J., Batoebara, M.U., 2023. Minat Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Dalam Memilih Profesi Sebagai Jurnalis. *Jurnal Network Media* 6, 59–71. <https://doi.org/10.46576/Jnm.V6i2.3538>

- Ningtias, A.S., N.D. Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-WOM* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Pengguna *Marketplace* Tokopedia.
- Kurniawan, Nicky., Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Siak
- Paramitasari, N., & Magdalena, B. (2021). Penerapan Merek Dan *Digital Marketing* Dalam Produksi Pangan Beras Desa Banjarsari. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(01), 42–51. <https://doi.org/10.24967/jams.v2i01.1226>
- Pengaruh Promosi Dan Persepsi Terhadap Minat Masuk Kuliah Di Prodi Manajemen.Pdf, N.D.
- Pranatawijaya, V.H., Widiatry, W., Priskila, R., Putra, P.B.A.A., 2019. Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner *Online*. *Jsi* 5, 128–137. <https://doi.org/10.34128/Jsi.V5i2.185>
- Saputra, M., Sari, N., Rafiq, M., & Rahmawati, L. (2022). Pelatihan Inovasi Produk serta Strategi Pemasaran pada UMKM Bubuk Jahe di Masa Pandemi Covid 19. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 142. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i1.977>
- Tarigan, P.S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S.S., Nugraha, A.R., 2023. Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *Jemsi* 9, 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i4.1352>
- The influence Of Brand Image And Digital Marketing On The Decisions To Visit Tourists To Improvethethe Community’s Economy In Sayum Sabah*.Pdf, N.D.
- Wuryanto, T., Utomo, A.S., Hamdani, L., N.D. Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Politeknik Akbara Surakarta.