

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Ibnu Wasiat, F. dan Bertuah, E. (2022) “Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram,” *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), hal. 513–532. doi: 10.54443/sinomika.v1i3.295.
- Azhar Sholihin, S. dan Annissa Oktapiani, M. (2021) “Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19,” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), hal. 365–371. doi: 10.32670/coopetition.v12i3.607.
- Brand, P., Dan, A. dan Rasa, C. (2023) “LAPANGAN TEMBAK MALL BOEMI KEDATON,” hal. 287–293.
- Cholis, N. R., Purbawati, D. dan Listyorini, S. (2023) “Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Pengalaman Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), hal. 266–275. Tersedia pada: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.
- Ekonomi, F. (2020) “Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee,” hal. 68–78.
- Engko, C., Limba, F. B. dan Achmad, A. P. (2023) “MENGUNAKAN LAYANAN QRIS DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ( TAM ) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI,” 4, hal. 386–397.
- Izzah Nur Masyithoh dan Ivo Novitaningtyas (2021) “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia,” *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 1(1). doi: 10.36805/manajemen.v7i1.1951.
- Novitasari, I. dan Cuandra, F. (2023) “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli pada Marketplace Online di Kota Batam,” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, hal. 339–349. doi: 10.37034/infeb.v5i2.248.
- Pambudi, I. A. S., Roswinanto, W. dan Meiria, C. H. (2023) “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Minat untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi di Indonesia,” *Journal of Management and Business Review*, 20(3), hal. 482–501. doi: 10.34149/jmbr.v20i3.577.
- Putri, P. M. dan Marlien, R. . (2022) “Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online,” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), hal. 25–36. doi: 10.36778/jesya.v5i1.510.
- Razak, M., Hidayat, M. dan Rahman, M. H. (2021) “Pengaruh Video Advertising Dan Sosial

Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar,” *AkMen JURNAL ILMIAH*, 18(1), hal. 84–97. doi: 10.37476/akmen.v18i1.1602.

Rena Eka Setyawati (2020) “Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 1 Januari 2020,” *Pengaruh Perceived Usefulness, Kemudahan Penggunaan Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening*, 3(1), hal. 39–51.

Rismalia, R. dan Sugiyanto, S. (2022) “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul,” *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), hal. 561–588. doi: 10.54443/sinomika.v1i3.309.

Rizka, B. *et al.* (2023) “The Influence Of Kemudahan Penggunaan, Perceived Usefulness, And Social Influence On Intention To Use Video On Demand Services (Study Of Netflix Application Users In Surabaya City) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Perceived Usefulness, Dan Social Influence Terhadap Intention To Use Layanan Video On Demand (Studi Pada Pengguna Aplikasi Netflix Di Kota Surabaya)id 2 \*Corresponding Author,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), hal. 3678–3691. Tersedia pada: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Saputra, F., Khaira, N. dan Saputra, R. (2023) “Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature),” *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), hal. 18–25. doi: 10.38035/jkis.v1i1.115.

Sholihin, S. A. O. M. A. (2021) “Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19,” *Ilmiah Komunikasi*, XII no 3(3), hal. 367.

Sopiyan, P. (2022) “Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), hal. 249–258. doi: 10.32670/coopetition.v13i2.1057.

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita dan Lilis Rosmiati (2022) “Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia,” *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), hal. 73–84. doi: 10.37366/master.v2i1.444.

Wibasuri, A. dan Ya, F. (2022) “Sikap Konsumen Dengan Penerimaan Teknologi ( TAM ) Terhadap Penggunaan Marketplace Online di Indonesia,” hal. 1–8.

Yuliana (2023) “Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Palembang,” 1(4), hal. 342–350. Tersedia pada:

