

DAFTAR PUSTAKA

- AG.Suyono, Sri Sukmawati, & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Akmal Musyadat Cholil (2020: 112) / Buku 150 Brand Awareness Ideas : Metode Sukses Dan Praktis Membangun Kesadaran Merek
- Anggraini, N., Sutarni, S., Fatih, C., Zaini, M., Analianasari, A., & Humaidi, E. (2020). Digital marketing produk pertanian di desa sukawaringin kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 1(1).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). Profil Pengguna Internet Indonesia. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Assauri, S. (2009). Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. *Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta*.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce. *Information Technology and Management*, 4, 303–318.
- Christina, W. U. (2010). Manajemen Ritel. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Faisal, Indra, & Romano. (n.d.). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh (E-Commerce Effect on Consumer Buying Interest In Vegetable Products In Banda Aceh City)*. www.jim.unsyiah.ac.id/JFP
- Ghozali, I. dan R. D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian followers online shop Instagram @kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi* |, 10(1), 39–50.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Indeks Media Group.
- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi digital marketing dalam perdagangan hasil tani untuk meningkatkan pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70–75.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>

- liesander, indra. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2).
- Lumban Batu, R., Situngkir, L., Krisnawati, I., & Halim, S. (n.d.). pengaruh digital marketing terhadap online purchase decision pada platform belanja online shopee (Vol. 18, Issue 2). www.CNBCIndonesia.com,
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109–126.
- Mega, A. R. P., Hendrarini, H., & Santoso, W. (2022). analisis kesediaan membayar (willingness to pay) konsumen terhadap pembelian produk sayuran melalui online market sayurbox. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(1), 362–375.
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mustika, W., & Kurniawati, D. M. (n.d.). *pengaruh pemasaran digital terhadap minat beli handuk pada marketplace “x.”*
- Nazir, M. 2009. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia. 544 hal
- 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>
- Purba, I. B. G. I. W., & Tirtayani, I. G. A. (2021). Pengaruh E-Price Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pada Era Pandemi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(02), 99.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). analisa faktor-faktor yang mempengaruhi purchase intention pada pengguna smartphone di batam. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 41–56. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1095>
- Ridwan. (2013). Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Sciffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (Kedua, Ed.). PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2002). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.pd, Ed.).
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Wardhana, A. N., Jayanti, M. M., & Kurniawan, I. R. (2019). analisis faktor yang memengaruhi minat toko menggunakan e-market place building material untuk penjualan berbasis aplikasi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 3(01), 37–49. <https://doi.org/10.24123/jbt.v3i01.1983>
- Wicaksono, B. L., Susanto, A., & Winarno, W. W. (2012). Evaluasi Kualitas Layanan Website Pusdiklat BPK RI Menggunakan Metode Webqual Modifikasian dan Importance Performance Analysis. *MEDIA*, 19(1).
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Pustaka Setia.
- Wirartha, I Made. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Yoebrianti, A. (2014). *Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (Studi Kasus Pada Jejaring Sosial)*.
- Zaril Gapari STIT Palapa, M. (2021). pengaruh kenaikan harga beras terhadap kesejahteraan petani di desa sukaraja. in *pensa : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* (Vol. 3, Issue 1). <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pensa>

