

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, H., Jasmien, L., Qisthi, M., Ihsan, R., & Maesaroh, S. S. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 157-167.
- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, Kaniz Fatema. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age. *International Journal of Management Science and Business Administration*. Volume 1, Issue 5, April 2015, Pages 69-80
- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kedai Kopi S. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 21-30. UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Al-Firdausiahla, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang) SKRIPSI Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Dalam Ilmu Ekonomi Islam Oleh.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian.
- Angelita, A. P. N., Sangari, K. A., & Octaviana, S. (2021). Pengaruh digital Marketing dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli di Era Covid 19 pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. 6(8).
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen.
- Arifah, N. (2021). Pengaruh Iklan Online Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Cv. Qumi Label. Dalam *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Nomor 6).
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008.

- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Buchari, Alma. (2010) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Darmanto, A. R. P., & Sari, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Bradermaker Store. *eProceedings of Management*, 9(2).
- Fadilla, Z., Kesetiakawanan, S., Indonesia, S., Muhammad, P., Penerbit, Z., Zaini, M., Lawang, K. A., & Jannah, M. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif. <https://www.researchgate.net/publication/370561251>
- Fariad Zein, A., Abdurachman Saleh Situbondo Karnadi, U., Abdurachman Saleh Situbondo Yudha Praja, U., & Abdurachman Saleh Situbondo, U. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Melina Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(9), 1825–1841.
- Firmansyah, D., Pasim Sukabumi, S., & Al Fath Sukabumi, S. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927>
- Fitri, A., Zukryandry, Z., Kusmaria, K., Ermaya, D., Anggraini, D., Wijaya, L. R. P., ... & Widiyani, D. P. (2021). Pengolahan Dan Digital Marketing Gula Kelapa Bagi Kelompok Wanita Tani Kecamatan Ketapang Lampung Selatan. *Alamatana: Jurnal Pengabdian Masyarakat Unw Mataram*, 2(2), 56-61.
- Hartaroe, BP, Mardani, RM, & Abs, MK (2016). Pengaruh Pola Pikir Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Fakultas Angkatan 2018). 82–94.
- Herlissha, N., & Fitari, T. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 9(2), 47-59.

- Himawan, A. H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Notebook Acer (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta).
- Inayati, T., Johan Efendi, M., Safika Dewi Fakultas Ekonomi, A., Manajemen, J., Mayjen Sungkono Jl Irian Jaya No, U., & Mojokerto, K. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209.
- Kasus, S., Fakultas, M., Dan, E., & Jurusan, B. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame.
- Khoirun Nisa', N., & Sudarwanto, T. (2022). E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Pengaruh Digital Marketing Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pengguna E-Commerce Shopee. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Kholifah, U., Kusnadi, E., Fandiyanto, R., Abdurachman, U., & Situbondo, S. (2022). Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(4), 790–806.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2012. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2016. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

- Kurniawan, H. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt. Aerotravel Indonesia Di Bandar Lampung.
- Kurniawan, N. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Siak (Disertasi Doktor, Universitas Islam Riau).
- Kurniawan, N. (2021). Skripsi Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Kabupaten Siak Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru OLEH.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126.
- Mirza, S., Kusnadi, F. E., Soeliha, S., Abdurachman, U., & Situbondo, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(2), 256–271.
- Muhammad, Z. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Refill Parfume Bdl) (Doctoral dissertation,
- Muhson, A. (2006). Teknik Analisis Kuantitatif 1 Teknik Analisis Kuantitatif.
- Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Novitasari, Erna, (2017), Pengantar Manajemen Panduan Menguasai Ilmu Manajemen, Yogyakarta: Quadrant.
- Nurfaisah. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.
- Nyoman Juli Nuryani, N., Ari Ardiari, K., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja, S., Yudistira No, J., Buleleng, K., & Telp, B. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pasca Covid di UMKM Kerajinan Kayu Nyiur Indah Singaraja. 5(2), 159–169. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v>
- Pujianto, O., & Hartono, B. (2023). Implementasi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Kosumen Pada Marketplace Shopee “Studi kasus pada mahasiswa pengguna shopee di Universitas Tidar.” Dalam Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi Maret (Vol. 2023).
- Puspasari, H., Puspita, W., Farmasi Yarsi Pontianak, A., & Barat, K. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards Elections Health Supplements in Facing Covid-19. Dalam Jurnal Kesehatan (Vol. 13, Nomor 1). Online. <http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>
- Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, Creative digital marketing (Jakarta: Elex Media Komputindo 2009), 47-48.
- Ridwan Zanjabila, R. H. (2017). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park(Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017)E. Manajemen Pemasaran.
- Roymon Panjaitan, SE., Ak., M. . (2018). Manajemen Pemasaran (S. Sukarno, SIP (ed.)). Sukarno Pressindo.

- Rozaana, A., Ratnasari, I., Kunci, K., Produk, K., Merek, C., & Beli, M. (2023). Keragaman Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Es Krim Di Kabupaten Karawang. Dalam *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 7, Nomor 1). <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Ryan Kristo Muljono. 2018. *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Shahnaz, N. B., & Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Jurnal Analisis Manajemen*, 389-399.
- Sholihin, S. A., & Oktapiani, M. A. (2021). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Provinsi Jawa Barat. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 365-371.
- Simamora, H. 2016. *Riset Pemasaran*. Penerbit Gramedia Utama Jakarta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru
- Suryoprato, A., & Jaelani, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Pilihan Produk Dalam Pengambilan Keputusan Minat Membeli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)
- 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 (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Tjiptadi, M. 2019. *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta

Umami, L., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Digital marketing dan Keragaman Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Study kasus pada Mahasiswa Institut STIAMI Kampus Perluasan Bekasi B). JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis, 2(2), 301-313.

Utami, Widya. Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia edisi 13. Jakarta : Salemba Empat.

Wijaya Andy, dkk. The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).

www.satuvision.com. (2023). 11 Marketplace Terbaik di Indonesia Tahun 2023.  
<https://www.satuvision.com/id/marketplace-terbaik-2022/>