

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Bilson Simamora. (2003). Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable. In *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*.
- Dewi, N. S., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3784. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I06.P18>
- Dinda, D., & Ramadhani, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora P-ISSN*, 5, 2580–1244.
- Gunawan. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing. In *Riskesdas 2018*.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (n.d.). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan " Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian Hendry Hartono ; Karyana Hutomo ; Marshelia Mayangsari*. 3(2), 882–897.
- Huang, Y., Lowe, D. J., Churchman, G. J., Schipper, L. A., Rawlence, N. J., & Cooper, A. (2014). Soil Carbon. *Soil Carbon*, 163–172. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04084-4>
- 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.
- Lamb, C. W. (2001). *Pemasaran Jil. 1*. Jakarta Salemba Empat. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=24482&pRegionCode=UNI PASBY&pClientId=707>
- Manajemen, J., Insani, M., & Bisnis, D. A. N. (2021). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)e-ISSN 2723-424X ||Volume||2||Nomor||1||Juli ||2021|| Website: www.jurnal.imsi.or.id*. 50–57.
- Nanda, R., & Dewi, T. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 7(4), 409–423. [www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prA](http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prA)

- Nurcaya, I. N. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 54. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Punaji Setyosari. (2010). Punaji Setyosari. In *2010. Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan. Jakarta Kencana*.
- Putri, N. K. R. W. D. (2021). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik ... - Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan - Google Buku. In *Deepublish Publisher*.
- Rogge, T., Kaplaneris, N., Chatani, N., Kim, J., Chang, S., Punji, B., Schafer, L. L., Musaev, D. G., Wencel-Delord, J., Roberts, C. A., Sarpong, R., Wilson, Z. E., Brimble, M. A., Johansson, M. J., & Ackermann, L. (2021). C-H activation. In *Nature Reviews Methods Primers*. <https://doi.org/10.1038/s43586-021-00041-2>
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). *Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)* (Vol. 1, Issue 3).
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>