

## DAFTAR PUSTAKA

- Algiffary, M. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, *Online Advertising* dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *Andalas Management Review*, 16-31.
- Amin, M. N. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Online Dengan Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 122-137.
- Anbumalah, S. V. (2019). Effectiveness of *Online Advertising* in India. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 577–579.
- Annur, C. M. (2024, 1 10). *Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-Desember 2023)*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/ini-persaingan-kunjungan-5-e-commerce-terbesar-di-indonesia-sepanjang-2023>
- Awaludin, I. (2022). *PENGARUH ONLINE ADS SPOTIFY PREMIUM TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA (Survey pada Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019)*. Diambil kembali dari repository.umj.ac.id: <https://repository.umj.ac.id/13561/>
- Deepak, R. K. (2019). *Marketing Management*. Delhi: Educreation Publishing.
- DR. Teguh Widodo, S. S. (2020). PENGARUH KECEMASAN TEKNOLOGI DAN SOSIAL TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN OVO DENGAN MEDIASI MANFAAT LAYANAN PEMBAYARAN MOBILE DI BANDUNG. *e-Proceeding of Management*, (hal. 10). Bandung.
- Dwiridotjahjono, L. Q. (2024). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Teh Pucuk Harum Di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 90.
- Estrada-Jiménez, J. P.-A.-H. (2019). On the regulation of personal data distribution in *Online Advertising* platforms. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 13–29.
- Florian Tagscherer, C.-C. C. (2023). Sustainable Technology and Entrepreneurship. *Leadership for successful digitalization: A literature review on companies' internal and external aspects of digitalization*, 2.
- Fuxman, L. M. (2022). The new 3Ps of sustainability marketing: The case of fashion. *Sustainable Production and Consumption*, 384-396.
- Ginting, N. D. (2024). Manajemen Pemasaran Online melalui Penerapan Iklan secara Digita. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 8.
- Guven, H. (2020). Agile Business Leadership Methods for Industry 4.0. *Industry 4.0 and Marketing 4.0: In Perspective of Digitalization and E-Commerce*, 28.
- Hasanah dan Aziz, &. A. (2022). Analysis of the Effect of Content Marketing and *Online Advertising* on the Brand Awareness toward Halal Skincare. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 83-98.

- James Prabowo Soetanto, F. S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2.
- Jilhansyah Ani, B. L. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 667.
- Journal Of Indonesian Social Society. (2023). *Digitalisasi Proses Pengelolaan Brimen Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Sempusari*, 2.
- Jurnal Pendidikan dan Sejarah. (Danu Eko Agustinova). *STRATEGI PELESTARIAN BENDA CAGAR BUDAYA MELALUI DIGITALISASI*, 3.
- Keller, K. d. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. London: Pearson.
- Kennyco Jonathan Mangido Asi, D. I. (2021, 02 01). *e-Proceeding of Management: Vol.8, No.1 Februari 2021*. Diambil kembali dari PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT:  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14381>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis. *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*, 2.
- Mars, M. (2023, December 13). *What Is Mobile Marketing & Why Does it Matter So Much?* Diambil kembali dari [www.wordstream.com](http://www.wordstream.com):  
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2013/08/19/what-is-mobile-marketing>
- Mufti, B. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penyedia Jasa Titip Beli @GoodSxaKha. *E-Proceeding of Management*.
- Muntajah, A. A. (2022). The Influence Of Mobile Marketing, Integrated Digital Marketing And Push Digital Marketing On Buying Interest Of Muslim Consumers Instagram Koyu Hijab Followers. *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 80-94.
- Nasution, M. P. (2019). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1-12.
- Nuryakin, S. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Rasa Percaya Pada Media Sosial. *Proceedings NCAB (National Conference on Applied Business)*.
- Palilingan, R. A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. padang: PTGLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Putra, A. G. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 7.
- Riadi, M. (2020, Mei 30). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. Diambil kembali dari <https://www.kajianpustaka.com/>:  
<https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>

- Ridha, M. R. (t.thn.). *PENGARUH ONLINE ADVERTISING DAN CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BISNIS DIGITUMO*. Diambil kembali dari jimfeb.ub.ac.id: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/viewFile/8170/6942>
- Ridwan Sanjaya & Tarigan, J. ((2019). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Sanjaya, A. S. (2020 ). *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. PENGARUH DIMENSI SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP , 2-3.*
- Sanjaya, A. S. (2020). *PENGARUH DIMENSI SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI CLIMATETHIRTY. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 273-274.*
- Sawaftah, D. (2020). *Journal of Sustainable Marketing. The Effectiveness of Electronic Integrated Marketing Communications on Customer Purchase Intention of Mobile Service Providers: The mediating role of customer trust., 2-4.*
- Selly Puspita Sari, C. S. ( 2023). *Peran Augmented Reality dan Mobile Marketing dalam Meningkatkan Promosi Bisnis (The Role of Augmented Reality and Mobile Marketing in Enhancing Business Promotion). Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 191-199.*
- Setiana, R. H. (2023). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA UNIT PELAKSANA TEKNIS DAERAH PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT (UPTD PUSKESMAS) PAGERAGEUNG KABUPATEN TASIKMALAYA. Journal of Innovation Research and Knowledge, 3-4.*
- Singgih, S. &. (2022). *Manajemen Pemasaran(Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Medsan.
- Sugiyono. ((2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suliaman Al-Hawary, A. O. (2019). *International Journal of Web Applications Volume 11 Number 4 December 2019. Impact of Mobile Marketing on Customer Loyalty in Jordan, 4.*
- Tjiptono, F. &. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Toto Suwarsa, S. A. (2021). *PENGARUH PAJAK RESTORAN DAN PAJAK HOTEL TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA PADANGSIDEMPUAN PERIODE 2018-2020. JURNAL AKUNTANSI, 74.*
- Widi Lusiana, S. (2023). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL). The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Kopiko 78°c at PT. XYZ, 2-5.*
- Will Kenton dkk. (2024, July 30). *Mobile Marketing: Definition, How It Works, and Examples*. Diambil kembali dari [www.investopedia.com](https://www.investopedia.com/terms/m/mobile-marketing.asp): <https://www.investopedia.com/terms/m/mobile-marketing.asp>
- Yansahrita, F. R. (2023). *Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industrydi Wilayah Oku Timur. eCo-Buss , 412.*