

DAFTAR PUSTAKA

- Kartawinata, Budi Rustandi., Wafa, Athaya Altar., Kurnianingrum, Dian., Fakhri, Mahendra., Wardhana, Aditya., Joviano, Ridho. (2024). The Impact of Digital Marketing and Brand Trust on E-Wallet Adoption (Study on ShopeePay Indonesia). *SPIE Conference Proceedings 2024*, 13188, 1-6. [https://www.spiedigitallibrary.org/search?term=The%20Impact%20of%20Digital%20Marketing%20and%20Brand%20Trust%20on%20E-Wallet%20Adoption%20\(Study%20on%20ShopeePay%20Indonesia\)&webSyncID=03e7ca42-a913-0778-04b3-6c738e013b97&sessionGUID=48c22daa-b9a7-3ce8-2957-38d6e6a05b3b](https://www.spiedigitallibrary.org/search?term=The%20Impact%20of%20Digital%20Marketing%20and%20Brand%20Trust%20on%20E-Wallet%20Adoption%20(Study%20on%20ShopeePay%20Indonesia)&webSyncID=03e7ca42-a913-0778-04b3-6c738e013b97&sessionGUID=48c22daa-b9a7-3ce8-2957-38d6e6a05b3b).
- Shafira, Destriana., Wardhana, Aditya., Pradana, Mahir. (2023). The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Interest of Bottled Drink. *European Chemical Bulletin*, 12(Special Issue 3), 1478-1484. <https://www.eurchembull.com/archives/volume-12/special%20issue-3/1306>. DOI: <https://doi.org/10.31838/ecb/2023.12.s3.165>.
- Wardhana, A., Jasrial., Pradana, M., Nugraha, D.W., Firmansyah, I., Jamiat, N. (2020). Analysis of Automotive Product Selection in Indonesia: Factors of Brand Image Using Analytical Hierarchy Process. *Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, Harare, Zimbabwe, December 7-10, 2020, 1197-1202. <http://www.ieomsociety.org/harare2020/papers/310.pdf>.
- Aseandi, R. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cab Meureudu Aceh. *Wahana Inovasi*, 9(Jan-Juni 2020), 48–63.
- Anuraga, Gangga, Artanti Indrasetianingsih, and Muhammad Athoillah. 2021. “Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R.” *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2412>.
- Assidiq, Ageng Mahendra, Dea Oktaviani, and Rifqi Arya Sandhi. 2022. “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedicine.” *Syntax Idea* 4 (2): 240–58. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v4i2.1772>.
- Atikasari, Nurul, Fitriani Latief, and Ali Murdhani Ngandhoh. 2024. “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine.” *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akutansi* 2 (2): 183–95.
- Anang Firmansyah. 2019. Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Anggun Resti, & Basri. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image, Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah (Study Kasus

- Bank BRI KCP Unit Sidoarum). EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 13(1), 79–92
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar dengan Software R. BUDIMAS , 3 (2), 327-334.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>.
- Batu, Reminta Lumban., et. al. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee. Jurnal Ekonomi & Bisnis, Volume 18, Nomor 2.
- Blokdyk, Gerardus. (2020). Brand Image a Complete Guide. Brendale, Australia
- 5STARCooks Caputo, Antonella. (2021). Branding Notebook: How to Create Your Brand Image. Singapore: Lulu Press, Inc
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7 th ed. London: Pearson.
- Chandra Elbahar Syahputra, S.Sos., M.Sc., M.B.A, P. . (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. 8(2), 2021. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14798/14575>
- Chauhan, J S. (2023, June 3). Brand Loyalty and Its Impact on Repeat Purchase Behaviour of Customers: A Cross-Sectional Study in the FMCG Context. Psychology and Education Journal, 55(1). <https://doi.org/10.48047/pne.2018.55.1.83>
- Dedi Purwana ES, Rahmi, Shandy Aditiya “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit” Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, Vol.1 No.1 (2017), 14-15. <https://doi.org/10.21009/JPM.001.1.01>
- Dewi, N.P.S., & I, W.S. 2022. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. Jurnal Widya Amrita, Vol. 2, No. 2.
- Ezeuduji, I.O dan Mhlongo P.S. (2019). Tourists’ Perceptions of a Destination Brand Image: KwaZulu-Natal, South Africa. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. 8 (4), 1-11
- Firmanda, A. F., & Lukiasuti, F. (2022). Analisis Peran Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Digital Marketing Dan Brand Loyalty Pada Bank

- Jateng Cabang Wonosobo. *Among Makarti*, 14(2), 29–49.
<https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.212>
- Fitrianna, H. ., & Aurinawati, D. . (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409 - 418.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Fatika, Raisya Aliya. 2024. “Lebih Dari 80%, Tingkat Penetrasi Internet Di Jawa Tertinggi Di Indonesia.” *GoodStats.Id*. 2024.
<https://data.goodstats.id/statistic/lebih-dari-80-tingkat-penetrasi-internet-di-jawa-tertinggi-di-indonesia-laru6>.
- Finaka, Andrean W, and Yuli Nurhanisah. 2024. “221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek Sama Internet.” *Indonesiabaik.Id*. 2024.
<https://indonesiabaik.id/infografis/221-juta-penduduk-indonesia-makin-melek-sama-internet>.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Didik. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hien, Nguyen Ngoc, and Tran Nguyen Huynh Nhu. 2022. “The Effect of Digital Marketing Transformation Trends on Consumers’ Purchase Intention in B2B Businesses: The Moderating Role of Brand Awareness.” *Cogent Business and Management* 9 (1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2105285>.
- Hirzal, Irwan. 2024. “Telkom Raih Penghargaan Golden World Award 2024 Untuk Kampanye Digital UMKM.” *Batamtoday.Com*. 2024.
https://batamtoday.com/home/read/209662/Telkom-Raih-Penghargaan-Golden-World-Award-2024-untuk-Kampanye-Digital-UMKM#google_vignette.
- Hoyer, Wayne D., MacInnis, Deborah J., Pieters, Rik. (2023). *Consumer Behavior*. Boston: Cengage Learning
- Hubbina, R., dkk. 2023. Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research*, Vol. 1, No. 5.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Jamaludin, et al. (2022). *Pemasaran Era Kini : Pendekatan Berbasis Digital* . Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Jumiarti, J., S. Saroh. dan R. N. Hardati. 2021. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren (Studi Kasus Pada Masyarakat Dinoyo). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(1), 148-154.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian. Penerbit NEM.
https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAQBAJ&dq=keputusan+pe mbelian&source=gbs_navlinks_s
- Kusuma, Araafiona Chandra, Sari Listyorini, and Sudharto P Hadi. 2022. “Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11 (1): 118–26. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33528>.
- Lestari, Dini Fajar, and Jihan Nur Azizah. 2023. “Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon.” *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan* 6 (1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>.
- Listania & Ahmad, Z. 2023. Pengaruh Digital Marketing dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko BEAU Jatibening Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Lombok, Viedy Virginia, and Reitty L Samadi. 2022. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10 (3): 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>.
- Lubis, Raka R. 2024. “Perusahaan Terbesar Di Indonesia Versi Forbes 2024 Global 2000.” GoodStats.Id. 2024. <https://goodstats.id/infographic/perusahaan-terbesar-di-indonesia-versi-forbes-2024-global-2000-dHSrr>.
- Mainindata. 2024. “PT.Telkom Indonesia (Persero) Tbk.” Mainindata.Com. 2024. [https://mainindata.com/2024/05/25/pt-telkom-indonesia-persero-tbk/#:~:text=Per tanggal 31 Maret 2024,Grup"\) adalah 23.064 orang.](https://mainindata.com/2024/05/25/pt-telkom-indonesia-persero-tbk/#:~:text=Per tanggal 31 Maret 2024,Grup)
- Mcpheron, Abbey. (2021). *Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success: How to Use Images to Grow Influence*. New York: Independently published
- Mcpheron, Abbey. (2021). *Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success: How to Use Images to Grow Influence*. New York: Independently published.

- Munir, S.A. 2023. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Layanan E-commerce. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 13, No. 1.
- Mushoffa, A. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Lawang Coffee. *Jurnal Economina*, 2(8), 1979–1987. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i8.700>
- Omar, Amira M., and Nermine Atteya. 2020. “The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market.” *International Journal of Business and Management* 15 (7): 120. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n7p120>.
- Pranasakya Ananda Gilang Umbara, and Rini Rinawati. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Brand Fashion Melalui Media Sosial Instagram.” *Bandung Conference Series: Communication Management* 3 (1): 455–63. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.6612>.
- Sadevia, Nurul Nanda, Ida Bagus Eka Artika, and Satriawan. 2023. “Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Dan Influencer Marketing Pada Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Shopee.” *KredibeL Jurnal Ilmiah Manajemen* 1 (2): 51–59.
- Saldanha Barreto, Julio, Candra Dewi, and Lucio Ximenes. 2023. “The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquiça District, DILi-Timor Leste.” *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 10 (1): 332–40. <http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4399>.
- Nursatyo, Dini Rosliani. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.Com. *Jurnal Ilmu Komunikasi EXPOSE*, 1(2): 46-67. <http://ejournal.president.ac.id/presunivojs/index.php/EXPOSE/article/view/430>
- Paramita R. W., Rizal, N., dan R. B. Sulistyan. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Widya Gama Press. Lumajang.
- Pramesti, I.A.C., & Gede, B.R. 2019. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1.
- Putra, I.G.B.S., & Ni, L.A.A. 2023. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga, dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Widya Amrita*, Vol. 3, No. 2.
- Ramadhan, W.D., dkk. 2023. Pengaruh Word of Mouth, Digital Marketing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bina Manajemen*, Vol. 11, No. 2.

- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126-8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Savarini, M. P., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Indonesia. Universitas Telkom.
- Sinambela, Lijan Poltak dan Sartono Sinambela (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptadi, M. 2019. *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wardhana, Aditya., et al. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Wardhana, Aditya., et al. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Banjaran: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, Aditya, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Wijaya, S., & Agus, K. 2022. Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2.
- <https://www.telkom.co.id/sites>. Diakses 11/11/2024
- <https://indibiz.co.id/>. Diakses 11/11/2024