

DAFTAR PUSTAKA

- In *Early Greek Mythography*, (2024) Vol. 1: Promosi online dan Kualitas Harga Terhadap Kepuasan. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Anugrah, S. N., Hadfizi, A. H., & Wibowo, Y. G. (2023). Achmad Hasan Hadfizi. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 2(2), 173–182.
- Arianto, C., & Habiburrahman, H. (2025). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Satu Kata Cafe & Resto di Bandar Lampung. *ECo-Fin*, 7(1), 441–453. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i1.2097>
- Bala & Verma. (2024). A Critical Review of Digital Marketing Paper Type: - Review and Viewpoint. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 108–124.
- Bisnis, J. E., Jebmak, A., Muzaki, H., Munawaroh, H., Ekonomi, F., Nahdlatul, U., Al, U., & Cilacap, G. (2024). Pengaruh Testimoni Pelanggan Dan Pemberian Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Ciblon UMKM Cilacap. 3(2).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2024). Digital Marketing Strategy Implementation and Practice/Implementación y práctica del marketing digital. In *Digital Marketing Technologies*. https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_27aff686c21a3ec16bdc9e2e8d785bf6b8d8e4e8_1655821975.pdf
- Dewi, E. K. (n.d.). Manajemen Pemasaran Produk. Iii, B. A. B. (2019). No Title. 29–43.
- Ilmu, J., & Manajemen, R. (n.d.). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* e-ISSN: 2461-0593. Sugiyono (2022),
- Informasi, K., Studi, J., Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., & Khourouh, U. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram : Perspektif Promosi , Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram : Perspektif Promosi , Kemudahan , Kualitas Informasi dan Kepercayaan. December.
- Jumawan, Edy Soesanto, Fajar Cahya, Cinka Amalia Putri, Selvia Annisa, Permatasari, Sabrina Setyakinasti, & Merry Louis Ottay. (2024). Pengaruh Online Consumer Review Dan Reriew Dan Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 3(6), 2854–2862.

Kholifah, F. (2023). Pengaruh Social Media , Celebrity Endorsement dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Pendahuluan Belakangan ini mulai banyak orang yang lebih peduli untuk merawat dirinya , termasuk. 01(01), 11–20.

Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>

Ni Nyoman Alit Srientini, & Ni Made Hartini. (2022). Pengaruh Testimoni Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Kabupaten Badung. Journal Research of Management, 3(3), 10–19. <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i3.81>No Title. (n.d.).

Rozaki, & Irawati, D. (2025). Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen. Charli Ones Chintya,Putri Intan Permata Sari Dkk., 7(2), 152–164.

Pauzi, M. R. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI VOUCHER GAME VALORANT (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). 2(September), 2453–2481.

Purnomo, N., & Enna Al-Ghazali, G. M. (2024). Pengaruh Testimoni, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Beli TopUp Voucher Game Mobile Legend (Komunitas ESJV Game Mobile Legend di Lamongan). Journal on Education, 6(4), 22131–22140. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.6391>

Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung. Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.283>

Putri, M. S., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Media Sosial Dalam Mengoptimalkan Pemasaran Dan Penjualan. Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pembelajaran, 06(3), 272–278. <https://journalpedia.com/1/index.php/jipp/article/view/2089>

Ramadiyana. (2021). Indonesian Research Journal on Education. Indonesian

Research Journal on Education Web:, 4, 550–558.

Reporting, F. (2025). Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. 3(3), 990–1008.

Rizky, K., Wardani, N., Jamalludin, R., Rizky, K., Wardani, N., Jamalludin, R., Studi, P., Informasi, S., Darma, U. B., & Belajar, H. (2021). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN GOOGLE CLASSROOM TERHADAP. 6(1), 41–56.

Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu). JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara, 1(5), 6424–6434.
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn>

Setiyadi Indiyatno Nur, Alamsyah Agus Rahman, & Rachmawati Ike Kusdyah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-Wom, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. Jurnal Manajemen, 8(July), 122–236. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>

Tazkiya, A., Mukty, B. S., Amalia, N. F., Putri, S. A., & Nabilah, Y. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Online pada Kopi Kenangan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. XIII(02), 83–89.

Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Toko Mozamart Manado). Jurnal EMBA: Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, 10(4), 1110–1120.

Tuten, T., & Solomon, M. R. (2017). University of International Business and Economics International Summer School MKT 205 Social Media Marketing. MKT 205 Social Media Marketing, 1(1), 1–7.