

## DAFTAR PUSTAKA

1. Prasetya, H. Y., & Nurmahdi, A. (2015). Pengaruh Kegiatan Pemasaran Digital Dan Perilaku Online Konsumen Pada Peningkatan Kesadaran Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Via Website. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 1–15.
2. Chaffey, D., & Smith, P. R. 2013. *E-marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. USA: Routledge.
3. Ryan, D dan Calvin Jones. 2009. *Digital Marketing : Marketing Strategies for Engaging Digital Generation*. Kogan Page Limited : London.
4. Lubis, D. I. D. and Hidayat, R. (2017) ‘Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan’, 5(1), pp. 15–24.
5. Mulyansyah, G. T. and Sulistyowati, R. (2020) ‘Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya’, *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), pp. 1097–1103.
6. Pamungkas, B. A. (2017) ‘Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)’, *Jurnal Komunikasi*, 10(2), p. 145. doi: 10.21107/ilkom.v10i2.2518.
7. Rofiqoh, S. (2019) *Pengaruh Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian Produk Fungsida Merek Antracol Konsumen di Kecamatan Wuluhan*.

8. Ruhamak, M. D. and Rahmadi, A. N. (2019) 'Pengaruh Word of Mouth, Citra Destinasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Lembaga Kursus Bahasa Arab Di Kota Pare - Kediri', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), p. 165. doi: 10.21043/equilibrium.v7i1.8066.
9. Saputra, G. W. and 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), p. 2596. doi: 10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07.
10. Werry, F. A. (2020) 'Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), pp. 1–9. Available at: <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>.