

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Asrori. (2020). *PSIKOLOGI PENDIDIKAN PENDEKATAN MULTIDISCIPLINER*. CV. Pena Persada Redaksi.
- Chakti, A. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Margaretha.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Erlangga.
- Rahayu, S. D., & Afrilliana, N. (2021). *PERILAKU KONSUMEN*. Palembang. CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumber Jurnal:

- Coviello, N., Milley, R., & Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 15(4), 18–33. <https://doi.org/10.1002/dir.1020>
- Destyana, Y. (2023). 390PENGARUH DIGITAL MARKETING, PERCEIVED EASE OF USE, DAN RAGAM PRODUK TERHADAP MINAT BELI SERTA PENGARUHNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE DI JABODETABEK. *MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/23363/14144>
- Fikri, M. (2023). *Pengaruh Digital Marketing dan Persepsi Risiko Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia*

Mobile di BSI KC Bintaro. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.

- Hadi, S. Z., & Kusdiby, L. (2021). Persepsi Konsumen Millennial Terhadap Pemasaran Fashion Digital. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 5.
- Hasnin, H. R., & Maulan, D. (2018). Iklan TV Meikarta Pada Persepsi Konsumen. *Ilmiah Inovator*. <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/article/view/1466/1069>
- Heidrick, & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing. Services Under Crisis*.
- Indriyati, I. N., Daryanto, A., & Oktaviani, R. (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN PT HOME CREDIT INDONESIA. *Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 4. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/21352/14732>
- Nurchahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *Journal of Management and Business*, 1, 15–34. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/relevance/article/view/1270/pdf>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas*, 3, 1–20. https://www.researchgate.net/publication/326991593_Implementasi_Digital_Marketing_dalam_Membangun_Brand_Awareness
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). Marketing Strategies for Engaging Digital Generation. *Digital Marketing*. https://www.academia.edu/30511847/Understanding_Digital_Marketing_DAMIAN_RYAN_and_CALVIN_JONES
- Sofiaty, N. A., Sudaryo, Y., Astuti, T. T., & Sukandi, A. (2022). PENGARUH IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING TERHADAP CITRA PERBANKAN DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Suatu Survey Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk). *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 24, 98–106.

- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/10207/1775>
- Wicaksana, I. (2021). PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN USIA MUDA. *Manajemen Kewirausahaan*, 18. <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/507/pdf>