

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani F. Sefti. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, people, Process, Physical evidence) di Cherryka Bakery. Skripsi Program Studi Tata Boga Universitas Negeri Yogyakarta.
- Agresti, A. (2002). *Categorical Data Analysis*, 2nd Edition, John Wiley & Sons: Canada.
- Agus, Widarjono. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Aliami, S. N. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada Startup's (Studi Kasus Pada Wirausaha Baru). *Jurnal Eko Nika* 3 (1), 73-87.
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 3 No. 1 14-24.
- Amirullah, G., & Susilo, S. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Pada Konsep Monera Berbasis Smartphone Android. *Wacana Akademika: Majalah Ilmiah Kependidikan*, 2(1), 38-47.
- Chaffey, Dave, Ellis-Chandwick, Fiona. (2013). *Digital Marketing. Strategy Implementation and Practice*. New Jersey: Pearson.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Dewi, N. N. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Udayana*, 6 (10), 5580-5606.
- Dwiyanto A. Ghani., Mohammad Iqbal dan Rizal Alfisyahr. (2018). Analisis Dampak Pemasaran di Media Sosial Online Terhadap Citra Merek, Minat Beli Konsumen dan Net Promoter Score (Pendekatan Eksperimental Virtual Brand Following pada aplikasi Instagram Product Fast Moving Consumer Goods Erigostore pada mahasiswa Strata 1 Universitas Brawijawa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2012-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 55 No. 1: 91-99.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Hosmer, D. W. dan Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*, 2nd Edition, John Wiley and Sons, inc: New York.
- <https://www.maxmanroe.com/muhammad-sadad-founder-dan-ceo-erigo-store-yang-sukses-dengan-capai-omset-usaha-rp-22-miliar.html>. (diakses pada 23 Maret 2021).
- Jati, Waluyo. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 1 No. 1 : 127-138.
- Jay Hezer & Barry Render. (2016). Operation Management. Ed 11th (Alih Bahasa: Dwi Anoe grahwati Setyoningsih, Indra Almahdy). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong. (2016). Principle of Marketing (15ed.). Pearson Education.
- Kusumatriana, A Luthfi *et al.* (2020). Statistik E-Commerce 2020. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Malhotra, N. (2012). Riset penelitian: Pendekatan terapan. (Ed.4). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nafarin, M. (2013). Penganggaran Perusahaan. Edisi ketiga, Cetak kedua, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Nana H., A. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia.
- Narulia, R. Z. (2019). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI* 3(2), 80-84.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil. *JIBEKA* 11 (2), 46-53.
- Prastya, Dicky. (2021). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 202,6 Juta Orang. Available at <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/123000/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-2026-juta-orang> diakses pada 28 Agustus 2021.
- R. Sanjaya dan J. Tarigan. (2016). Creative Digital Marketing. Bandung: Elex Media Komputindo.
- Ri'aeni, I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *Lugas Jurnal Komunikasi* (2), 141-149.

- Riduwan dan Kuncoro, E Ahmad. (2017). Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, R. S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4 (2), 1-14.
- Sekaran, U. &. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7ed.). John Wiley & Sons.
- Soim, F. M. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana Simpati di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis* 35 (1), 146-153.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutrisno, Edy. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Zulganef. (2018). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.