

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Bakti, R., & Olinfia, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia. *Jurnal Kewarganegaraan (Sinta)*, 6(2), 3937–3951.
- Ahdiany, D. F. (2021). Pengaruh E-WOM dan kesadaran merek terhadap minat beli konsumen dengan citra merek sebagai variabel mediasi. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 3(1), 31–41. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art3>
- Andrianto, Fatihudin, D., & Frimansyah, A. (2019). *Manajemen Bank* (Erika (ed.)). Qiara Media. <http://www.qiaramediapartner.blogspot.com>
- Asyikin, N., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Iklan, Persepsi Kulaitas dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Scarlett Di Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(2), 640–648.
- Aulia, A., & Abednego, F. (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Social Media Activities Terhadap Minat Beli Konsumen Menantea Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(1), 18–27. <http://doi.org/10.23960/jbm.v19i1.856>
- Ayesha, I., Amaliyah, I. W. A. P. S. H., Yusnanto, N. I. E. T., Firdaus, N. D. M. S. D. R. D. U. A., Fitriana, M. M., & Egim, N. A. S. (2022). *Digital Marketing* (R. Wujarso (ed.); Cetakan Pe). Global Eksekutif Teknologi.
- Chasanah, H. F., & Saino. (2022). The Effect Digital Content Marketing And Product Quality On Purchasing Decisions Through Buying Interest As Intervening Variable. *Jurnal Mantik*, 6(1), 551–559.
- Darmanto, A. R. P., & Sari, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Bradermaker Store. *EProceedings of Management*, 9(2), 727–733. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17619%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/17619/17363>
- Hamid, M., Sufi, I., & Konadi, W. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama* (Pertama).
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Isiqomah, R. R., Fardanii, A. R., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). Pustaka Ilmu.
- Ika, N., & Ardan, S. (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee di Kecamatan Gedangan

- Sidoarjo. *Journal of Management & Business*, 6(1), 535–543.  
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3943>
- Indrawati, Yones, P. C. P., & Muthaiyah, S. (2023). eWOM Via The TikTok Application and Its Influence On The Purchase Intention Of Somethinc Products. *Journal ScopuS*, 28(2), 174–184.  
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.v.2022.07.007>
- Kasmad, K. (2022). The Role of Digital Marketing and Product Quality on Consumer Buying Interest in Online Stores. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.2.408>
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce* (G. Kurniawan (ed.); Cetakan Pe). Mitra Abisatya.
- Malik, A., & Chusni, M. (2018). Pengantar Statistika Pendidikan. In I. Fatria (Ed.), *CV Budi Utama* (Edisi Pert). CV Budi Itama.
- Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah*, 2(1), 99–114.
- Muniarty, P., Abbas, D. S., Fatira, M., Sugiri, D., Nurfadilah, D., Moridu, I., Nugroho, L., Soeharjoto, Irwansyah, R., Satriawan, D. G., Muyasaroh, Maulida, S., Bakroh, D. S. B., Sudarmanto, E., Kembauw, E., Hafizh, M., & Suharyati. (2020). *Manajemen Perbankan* (Ridwan (ed.); Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1835–1846.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44475>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Fatturohman, M. R. H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image , Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(4), 754–763.
- Rifai, A. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In A. Rifai (Ed.), *Suka Press* (Cetakan Pe). Suka Press.
- Safitri, S., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2022). Effect of Digital Marketing and Product Quality on Consumer Purchase Interest in the Marketplace Shopee During Pandemic. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(2),

303–311. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i2.19026>

- Sahara, Y., & Mujiatun, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Menabung Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 1506–1519. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C> LUCINEIA CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees
- Sari, N., & Rizkiyah, T. F. (2023). Peran Brand Image dan Word of Mouth dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovatif Indonesia*, 1(1), 16–27.
- Wahyuni, R., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ms Glow Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 3(1), 247–256. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C> LUCINEIA CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Tratintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 2(2), 486–492. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Zainuddin, M. S., Sudirman, I., Lasise, S., & Sanusi, A. (2023). Factor Influencing Consumer Purchase Interest Ms Glow In Makassar City. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 1–17.
- Zulfikar, T., Aprianti, I., & Rachmawati, E. (2022). Digital Marketing and Brand Image To Increase Consumer Purchase Interest. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.30988/jmil.v6i1.976>