

DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, M., & Saleh, M. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Trust terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 23(1), 45–
- Aslam, M., & Saleh, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli pada Aplikasi E-commerce di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 67–78.
- Beli Konsumen di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(3), 98–
- Coviello, N., et al. (2023). Digital Marketing and Consumer Behavior: A Study on E-commerce Platforms. *International Journal of Marketing Studies*, 12(2), 99–110.
- Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Kala Senja KopiGaluh Mas Karawang*, 9(1), 348–362.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fitriani, R., & Purnomo, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention di E-Commerce. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 203–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.32921/jrmb.v11i2.4568>
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi9*.
- Ghozali, I. (2018b). *Metodologi Penelitian. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang*.
- Ginting, I. (2017). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Maskapai Penerbangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 1–14.
- Hartono, W., & Rizki, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Social Media Engagement terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Indonesia*, 11(2), 139–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.32922/jmki.v11i2.4096>
- Hermawan, A., & Nisa, R. (2023). Peran Influencer Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tokopedia. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 22(2), 12

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Lorinda, D., & Amron, A. (2023). Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen di Platform Marketplace. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 8(1), 55–67.
- Lusia, S. S. U., Yugih, S., & Septia, W. (2016). Strategic Public Relations in Building Brand Image Eco-Tourism Lombok. *E-Proceeding Comicos*, 3(1), 45–60.
- Mahendra, I. G., & Wahyuni, S. (2023). Peran Influencer dalam Meningkatkan Brand Image dan Minat Beli Produk Fashion di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 89–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jmb.v17i2.3367>
- Ningrum, I. T. (2016). Pengaruh Event dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna A Mild. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 2(1), 57–69.
- Noviolita, E., Suryani, T., & Yulianto, E. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Platform E-commerce Tokopedia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 45–56.
- Novitasari, R., & Yulianto, E. (2022). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik di Tokopedia. *Jurnal Pemasaran*, 14(2), 212–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.23128/jp.v14i3.3118>
- Pratama, A. F., & Santoso, B. (2022). Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(1), 78–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.24019/jmk.v10i1.2954>
- Pratama, A. F., & Santoso, S. B. (2022). Dampak Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 112–120.
- Produk, P. K., Dan, I. P., & Ernawati, D. (2019). *Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. 7, 17–32.
- Ramadhan, R., & Puspitasari, D. (2023). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Platform Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 233–245.
- Ramadhan, R., & Puspitasari, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap

LoyalitasKonsumen di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 12(2), 99–110.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31256/jmbi.v12i2.5243>

- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Runtu, D. M., et al. (2022). Peran Tokopedia dalam Memfasilitasi Penjualan Produk UMKM melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 17(4), 345–358.
- Runtu, J. R., Kandiawan, W. A., Wirakusuma, M. M. S., & Hendriana, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Generasi Milenial Terhadap E-Marketplace. *Pengaruh Promosi*
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta.
- Wibowo, A., & Putri, D. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat
- Tambunan, P. P. Y., & Hikmah, H. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Digital Marketing, dan Brand Image Pada Minat Beli Konsumen Tokopedia. *eCo-Buss*, 7(2), 926–938.
- Wardani, R., & Fajar, N. (2021). Analisis Engagement Rate dalam Digital Marketing E-Commerce. *Jurnal Teknologi Bisnis Digital*, 4(2), 78–90.
- Wibowo, B., & Heryjanto, A. (2024). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Nominal Harga, dan Media Sosial terhadap Minat Pembelian dengan Mediasi Citra Merek di Tokopedia. *Journal of Business & Applied Management*, 13(1), 21–35.
- Wijaya, H., & Saputra, S. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap. 8(1), 1946–1966.
- Wijaya, S., & Saputra, D. (2024). Efektivitas Digital Marketing dalam Menarik Minat Beli Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(2), 89–102.
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia). *Prologia*, 2(2), 531–537.
- Yuliani, D., & Fahmi, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan di Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 102
- Zahra, N., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Iklan Digital dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(1), 34–47.