

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Fajarudin. “Wawancara Terkait Jumlah Data Komunitas Motor Vespa UIN SMH Banten,” n.d. Tanggal 28 Maret 2024.
- Adam, Mochammad Riyadh Rizky, Tessa Handra, and Mohammad Annas. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing).” *Technomedia Journal* 7, no. 2 (2022): 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>.
- Adiguno, Siswo, Yohanni Syahra, and Milfa Yetri. “Prediksi Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda.” *Jurnal Sistem Informasi Triguna Dharma (JURSI TGD)* 1, no. 4 (2022): 275. <https://doi.org/10.53513/jursi.v1i4.5331>.
- Almeida, Christine Sant’Anna de, Laura Stella Miccoli, Nisa Fitri Andhini, Solange Aranha, Luciana C. de Oliveira, Citar Este Artigo, Aprovado Autor Recebido Em, et al. “Teknik Dasar Pengelolaan Data Kuantitatif.” *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* 5, no. 1 (2019): 1689–99.
- Amalia, Rezha Nur, Ragil Setia Dianingati, and Eva Annisaa’. “Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi.” *Generics: Journal of Research in Pharmacy* 2, no. 1 (2022): 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>.
- Anwar, Sumardi; Samsul. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kediri.” *Investasi* 8, no. 3 (2022): 32–39.
- Azhar Sholihin, Shofwan, and Mutiara Annissa Oktapiani. “Pengaruh

- Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 12, no. 3 (2021): 365–71.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.607>.
- Aziz, Mikdam Luthfi, and Sulistiono Sulistiono. “Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1, no. 1 (2020): 43–52.
<https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>.
- Azizah. “Model Terbaik Uji Multikolinearitas Untuk Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi Di Kabupaten Blora Tahun 2020.” *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS* 4 (2021): 61–69.
- Charviandi, Adrie, Henny Noviany, Yesi Suhartini, Aden Wijaya, and Muhamad Al Faruq Abdullah. *Perspektif Digital Marketing*, 2023.
- Dafiq, Bahru Ilmi, Amalia Nuril Hidayati, and Muhammad Alhada Fuadilah Habib. “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Digital Marketing, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Minat Generasi z Pada Bank Syariah.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4, no. 11 (2022): 4971–82.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>.
- Dewi, Luh Komang Candra, Suwignyo Widagdo, Luh Kadek Budi Martini, and Ida Bagus Raka Suardana. “Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi.” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 6, no. 2 (2022): 243–70.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>.

- Fika, Suci, Widyana Salsabilla, and Ramadhanti Batangriyan. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network." *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 10, no. September (2020): 1–12.
- Fitari, Herlissha; "Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19." *Equity: Jurnal Ekonomi* 09, no. 02 (2021): 47–59. <https://doi.org/10.33019/equity.v9i2.64>.
- Hananto, Kitto. "Pengaruh Brand Image Dan Country of Origin Terhadap Minat Pembelian Iphone." *Parsimonia* 2, no. 2 (2015): 13–22.
- Indiani, Ni Luh, Ni Wayan Ari Sudiartini, and Ni Komang Ayu Tri Utami. "Pengaruh Brand Image, Awareness Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Pada Produk Dupa Harum Grosir." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2022): 152–63. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.83>.
- Indrasari, Meithiana. "PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan." *Unitomo Press*, 2019, 61.
- Lombok, Viedy Virginia, and Reitty L Samadi. "Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>.

- M. Sidik Priadana, Denok Sunarsi. "METODE PENELITIAN KUANTITATIF." *Pascal Books*, 2021, 215.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif. Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 2021.
- Muhammad Syakir Sula. *Asuransi Syariah (Life And General)*. Gema Insani (Jakarta), 2004.
- Nadya Rizki Mirella, Niffa, Resma Nurlela, Haifa Erviana, and Muhammad Herman Farrel. "Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 350–63. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>.
- Nur Indrianto, Bambang Supomo. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Edited by Maya. ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2018.
- Onsardi, Onsardi, Sri Ekowati, Ade Tiara Yulinda, and Megawati Megawati. "Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu." *Creative Research Management Journal* 5, no. 2 (2022): 10. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3096>.
- Prilia Naomi, Intan, Andri Ardhiyansyah, and Universitas Nusa Putra. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-Commerce Indonesia." *44Pengaruh Brandambassador Terhadap Brand Imagepada E-Commerceindonesia* 1, no. 1 (2021): 38–44.
- Purwati, Annung, and Mega Mirasaputri Cahyanti. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan

Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 1 (2022): 32–46.

Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah, Fara Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, Puji Muniarty, and Hamdan Firmansyah. “Digital Marketing: Konsep Dan Strategi.” *Insania*, no. September (2021): 8–31.

Rusmanto. *Pengantar Digital Marketing: Manajemen Pemasaran Berbasis IT. Praktikum, Modul Tinggi, Sekolah Terpadu, Teknologi Fikri*, Nurul, 2017.

Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 2021.

Subagio, Felita Sasongko dan Hartono. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet.” *Revista de Administração Contemporânea* 7, no. 2 (2020): 215–18. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552003000200015>.

Suci Rahmadani, St. Rosmanely, Nurliyah. “Citra Merek (Brand Image) Dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan,” 2022.

Sufren, Yonathan Natanael, Azuar Juliandi, Irfan, Saprihal Manurung, and Bambang Satriawan. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa. Lemvaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI*, 2014.

Sugiharto, Sugiono, and Nicholas Adrian Rahardjo. “Pengaruh Brand Image Dan Digital Marketing PT Prudential Life Assurance Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Surabaya.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 7, no. 2 (2020): 1–20.

Sugiono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mix

Methods)., (Bandung: Alfabeta),” 2015, h. 64.

Sugiyono, D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA BANDUNG, 2013.

Sukarno, Mohamad. “Penguatan Pendidikan Karakter Dalam Era Masyarakat 5.0.” *Prosiding Seminar Nasional 2020* 1, no. 3 (2020): 32–37. <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/ProsidingPsikologi/article/view/1353/771>.

Syafrida Hafni sahir. *METODOLOGI PENELITIAN*, 2022.

Syukri, Adya Utami, and Andi Nonong Sunrawali. “Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.” *Kinerja* 19, no. 1 (2022): 170–82. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>.

Ulfa, Rafika. “Variabel Dalam Penelitian Pendidikan.” *Jurnal Teknodik* 6115 (2019): 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>.

Wiranata, I Ketut Adi, Anak Agung Putu Agung, and I Made Surya Prayoga. “Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery BatuBulan.” *Jurnal EMAS* 2, no. 3 (2021): 133–46.

Yulianti, Diana. “Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang.” *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2021): 125–48. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v13i2.131>.

Yuliara, I Made. “Modul Regresi Linier Berganda.” *Universitas Udayana* 2, no. 2 (2016): 18.

Zainuddin, Didi. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik.” *Sosio E-Kons* 10, no. 3 (2018): 220. [://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902](https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902).