



## Daftar Pustaka

- Anwari, A. S., Santoso, B., & Puspitadewi S., I. (2022). Jurnal Ekonomi Bisnis. *Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Galak Bondowoso*, 1(2).
- Armstrong, G. M., Adam, S., Kotler, P., Denize, S. M., & Volkov, M. (2017). *Principles of Marketing* (7th ed.). Pearson Education Australia.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). International Journal of Management, IT & Engineering. A *Critical Review of Digital Marketing*, 8(10).
- Gani, A. A., Soeharso, S. Y., Wicaksana, S. A., Pia, A., & Asrunputri. (2019). Jurnal Ekonomi & Bisnis. *Pengaruh Psychological Capital Terhadap Readiness To Change Pada Karyawan Penjaga Gardu Tol Di Jabodetabek*, 18(2).
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana. *Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta*, 7(3).
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D.S. (2019). Jurnal Administrasi Bisnis. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departement Store Manado Town Square*, 9(1).
- Musay, F. P. (2013). Jurnal Administrasi Bisnis. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



- Purwanti, Y., Erlangga, H., Kurniasih, D., Pratama, A., Sunarsi, D., Nurjaya, Manan, A., Duta Waskita, N. I., Ilham, D., Dwiwarman, D. A., & Purwanto, A. (2021). Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. *The Influence Of Digital Marketing & Innovation On The School Performance*, 12(7).
- Romadhoni, M. (2015). Eprints@UNY. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*.  
<https://eprints.uny.ac.id/13625/>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). - *Konsep, Pengukuran dan Strategi* (1st ed.). Penerbit Andi.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Jurnal Emas. *Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan*, 2(3).
- Zerithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi undang-undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.