

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D., & Mandagie, Y. (2022). PENGARUH CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FEB UNSRAT DI E-COMMERCE SOCIOLLA. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 225-236.
- ALISIS PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING ELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA THIS! BY ALIFAH RATU TAHUN 2020. (2020). *e-Proceeding of applied science*, 27-53.
- ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL (DIGITAL MARKETING) TERHADAP BRAND AWARENESS PADA E-COMMERCE. (2020). *MANAJERIAL*, 207-220.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 115-123.
- Chandra, C. N., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID). *prologia*, 191-197.
- Fitrih, A., & Suryawardani, B. (2020). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT (STUDI KASUS PADA PT. DEALPRO INDONESIA TAHUN 2020). *Open Journal System*, 20-48.
- Ghalib, H., & Setiawan, A. H. (2019). ANALISIS PERBEDAAN SEBELUM DAN SESUDAH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA CATERING DI KOTA SEMARANG. *DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS*, 2337-3814.
- Gunawan, G. C. (2020). BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra*, 167-175.

- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN E-COMMERCE. *JESIK*, 20-29.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI KAWASAN G-WALK SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1097-1101.
- Peranan Consumer Engagement Sebagai Variabel Mediasi Atas Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Era Digital Marketing (Studi Pada Konsumen Brand Fashion Realizm87). (2022). *Bulleting of Management and Business*, 284-293.
- Putri, P. M., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *JESYA*, 25-36.
- Saefullah, A., Arisantoso, & Himawan. (2015). ANALISA PENGARUH PENGGUNAAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA WEBSITE E-COMMERCE. *Academia*, 8.
- Simorangkir, H. N., & Maulana, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nabeezku. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA*, 190-199.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 140-146.
- Yusuf , N. A., & Indrawati, I. (2019). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMBENTUKAN MINAT BERLANGGANAN DI INDUSTRI VIDEO-ON-DEMAND DI INDONESIA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA)* , 161-173.