DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, N. A., Fikri, M. A., & Dahlan, U. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian : Peran Mediasi Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, *7*(2), 128–144.

Alfajri, M. R. S., Maruta, I. A. M., & Nasution, U. C. (2025). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Resto Dadar Beredar Surabaya. *Jurnal Bisnis*, *05*(02), 198–211.

Alfarizi, S., Rizki, & Maulany, S. (2025). The Influence Of Digital Marketing And Brand Awareness On Purchase Decision On Facetology Sunscreen Products In Shopee E-Commerce. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, *8*(3), 7883–7894.

Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.

Ansar, M., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Social Media Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dagadu Djokdja Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Global Education*, *5*(1), 280–293.

Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *4*, 39–50.

Arifin, R., & Ramadhan, T. S. R. (2025). *Membangun Merek Yang Tangguh*. Eureka Media Aksara.

Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., & Amaliyah. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.

Chrismardani, Y. (2023). *Buku Referensi Konsep Dan Praktek E-Word Of Mouth (E-Wom)*. Eureka Media Aksara.

Dimitri, A. C. (2025). *Pengaruh Brand Awareness, Electronic Word Of Mouth, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM Soyamanik Pada Instagram Di Depok*. Universitas Nasional.

Elli, E. E. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, E-Wom (Electronic- Word Of Mouth) Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Bananass Di Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin.

Erislan. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*. Mitra Ilmu.

Erwin, Ardyan, E., Ilyas, A., & Ariasih, M. P. (2023). *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Fauziyyah, H. B. (2024). *Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap*

Keputusan Pembelian Pada Umkm Di Surabaya Utara Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya.

Firmansyah, M. A. (2021). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (1st ed.). Penerbit Qiara Media. http://qiaramediapartner.blogspot.com

Harahap, K. (2025). *Digital marketing Strategi Dan Implementasi Dalam Bisnis Modern*. PT Media Penerbit Indonesia.

Kinanding, J., & Nurrohim, H. (2024). Brand Awareness , Electronic Word-of-Mouth , and Viral Marketing ' s Effects on Purchase Decisions. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, *14*(1), 13–22.

Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. WHO: World Health Organization.

Nardo, R., Yuliana, L., Ratnasari, K., Nugraha, J., Lasminingrat, A., Kusuma, H. W., Fauziridwan, M., Sudirman, A., Winata, A., Imron, A., Syahputri, A., Zulbahri, L., & Yuhendra, A. (2024). *Branding Strategy Di Era Digital*. CV Eureka Media Aksara.

Parawansa, D. A. S. (2024). *Strategi Branding*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.

Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2023). *Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Literasi Nusantara Abadi.

Putri, E. S. R., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2026). Determinan Purchase Decision Di E-Commerce Perspektif Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Awarenesss, Dan Social Media Marketing. *EDUNOMIKA*, *10*(02), 1–14.

Putri, R. Y., & Novianti, R. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Pemasaran Sosial Media Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Utama Pagar Indonesia. *Jurnal Global*, *07*(02), 86–96.

Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Anugrah Jaya.

Rasyid, F. (2022). *Meteodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktik*. IAIN Kediri Press.

Recky. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Halaman Belakang Coffee & Eatery Tanjungpinang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Ryanto, B. T. A. S., & Tampubolon, L. H. (2024). Pengaruh Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Lazada Pada Pengguna Sosial Media Di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Transaksi*, *16*(1), 53–66.

Sintiya, M. A., Aziz, N., & Praharjo, A. (2023). The Influence of Electronic Word of Mouth (e-WOM) and Brand Awareness on Purchase Decision. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, *3*(02), 111–119.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Tahalele, M. C. (2025). Hubungan Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Platform E-Commerce Indonesia. *Jurnal Administrasi Terapan*, *4*(1), 93–103.

Umar, M., Puspitasari, R. H. U., Polimpung, L. J. C., & Rifai, M. S. (2021). *Digital Marketing*. Eureka Media Aksara.

Wibowo, K. A., Lukita, C., & Wulandari, O. A. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing , E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bentani Hotel & Residence Cirebon. *ECo-Fin: Economics and Financial*, *6*(3).

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta.

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Mandala Press.

Zusrony, E. (2022). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.