

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jom FISIP*, 2(1), 14.
- Amstrong, K. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Mobil Datsun Go Dan Go+ Di Dealer PT. Indomobil Nissan Datsun Bandung). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung.*, 2(1), 30–80.
- Arifuddin, R. R., & Abdul Rahman Kadir, N. K. (2019). *Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Pt.Qbe General Insurance Indonesia Cabang Makassar*. 2(1), 1–13.
- Bisnis.Com. (2020). Gaya Hidup Sehat Makin Populer, Penjualan Sepatu Sport Lokal Terdongkrak. Retrieved From <https://Lifestyle.Bisnis.Com/Read/20200827/220/1283745/Gaya-Hidup-Sehat-Makin-Populer-Penjualan-Sepatu-Sport-Lokal-Terdongkrak->
- Bisnis.com. (2021). Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia di Urutan Berapa. Retrieved from <https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>
- Brian lee. (2020). *Analisa Penerapan dan Perkembangan Digital Marketingpada Zara*. Retrieved from <https://studylibid.com/doc/230631/2.4.-kelebihan-digital-marketing>
- Chafey, D. et a. (2019). *pengertian digital marketing*. Retrieved from <https://projasaweb.com/apa-itu-digital-marketing/#:~:text=Kemudian Dave Chaffey menjelaskan bahwa,media sosial dan lain-lain.>
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M. Ali Sodik, M. . (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (ke 1; Ayub, Ed.). yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Edo prasetyo. (2020). *Pengaruh brand equity dan gaya hidup sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi.*
- Familmaleki, M., Aghighi, A., & Hamidi, K. (2019). Analyzing the Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing International Journal of Economics &. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 4(4), 1–6. <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000>
- Fredyan alan werry. (2020). pengaruh pemasaran digital marketing dalam keputusan pembelian (studi empiris pada mahasiswa universitas sanata dharma yang membeli sepatu merek lokal). *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9. Retrieved from <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Hidayah, N. (2018). Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store. *Marketing*, 149.
- Himawan, A. P. (2020). *Pengaruh Online Fans Engagement Dan Social Media Content Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Industri Sportainment Indonesia ( Studi Pada Followers Instagram Bali United FC )*.
- Irawan, putra dani. (2020). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta.*
- Iriani, B. J. A. dan S. S. (2018). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung galaxy. *Bisnis Dan Manajemen*, 7(031). Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2774>
- Ita nur hidayah. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Usaha Cv. Ratatia Indonesia Rumbai Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*, 21(1), 1–9. Retrieved from <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>

- Kodu, S. (2018). *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. 1*(3), 1251–1259.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal MANOVA*, 2(2), 23–31.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). *Penerapan Strategi Digital Marketing , Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Di Mybca Ciputra World Surabaya )*.
- Nurgiyantoro, S. (2020). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing terhadap Keputusan Pembelian*.
- Othman, J., & Setiawan, A. I. (2018). *Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. 1*(1).
- Radji, D. L., & Kasim, S. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.37905/aksara.4.1.17-26.2018>
- Rahmi Meutia, & Ivan Aulia. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pusat Jajanan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 366–376. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2375>
- Rapitasari, D. (2017). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. Retrieved from <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Rufaida, N. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *E-Proceeding of Management* :, 6(2), 2091. Retrieved from <https://libraryeceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9529/9399>
- Sa'diya, L. (2017). Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Di Era Generasi Z Lailatus Sa'diya Universitas Trunojoyo

Madura. *Kompetensi (Competence : Journal of Management Studies)*, 11(2), 186–195.

Sapti, M., & Haryanti, S. (2017). Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Di Era Generasi Z. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Sinonsayang, K., & Minahasa, K. (2018). Implementasi Pembangunan Infrastruktur Desa Dalam Penggunaan Dana Desa Tahun 2017 (Studi) Desa Ongkaw Ii Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Eksekutif*, 1(1), 1–11.

Suyono, B. S. P. (2019). Digital Marketing As an Integrated Marketing. *Kompetensi*, 13(2), 121–151.

Wahyuni. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Gowa*.

Wibowo, A. S. (2017). *Strategi Pemasaran Adidas Originals Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Vol. 6)*.

Source internet :

Covid19.co.id. (2021). Update Kasus Corona Hari Ini, 17 Maret 2021: Jumlah Pasien Sembuh Covid-19 Terus Bertambah. Retrieved from <https://tasikmalaya.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-061626910/update-kasus-corona-hari-ini-17-maret-2021-jumlah-pasien-sembuh-covid-19-terus-bertambah> diakses pada tanggal 15 maret 2021 pkl 18.00

Kompas.com. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta#:~:text=KOMPAS.com%20-%20Pengguna%20internet%20di,adalah%2074%2C9%20juta%20jiwa> diakses pada tanggal 16 maret 2021 pkl 08.00

Bisnis.com. (2020). Gaya Hidup Sehat Makin Populer, Penjualan Sepatu Sport Lokal Terdongkrak. Retrieved from <https://lifestyle.bisnis.com/read/20200827/220/1283745/gaya-hidup-sehat->

**makin-populer-penjualan-sepatu-sport-lokal-terdongkrak-** diakses pada tanggal 16 maret 2021 pkl 10.00

Bisnis.com. (2021). Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia di Urutan Berapa. Retrieved from **<https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>** diakses pada tanggal 17 maret 2021 pkl 09.00

Techinasia. (2020). **<https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia>**. Diakses pada tanggal 17 maret 2021 pkl 17.00

Technobusiness. (2021). Industri Sepatu Indonesia Potensi Besar Produk Dalam Negeri. Retrieved from **<https://technobusiness.id/insight/spire-insight/2021/0202industri-sepatu-indonesia-potensi-besar-produk-dalam-negeri/>** diakses pada tanggal 18 maret 2021 pkl 08.00