

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, T. H. (2020, Februari 20). *Riset Data 1752 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://m.detik.com/https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4907674/riset-data-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> (diakses 30 maret 2020)
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Digitalmarketer.com. (2020, Maret) Digital Marketing. Diakses pada 29 Maret 2020 dari <https://www.digitalmarketer.com/>
- Hedrick & Struggless (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2015). *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- HSBC.co.id. (2019). *Peluang Bisnis 2020 Bisnis Ecommerce Akan Memasuki Tahun Emas* . Diambil kembali dari https://www.hsbc.co.id/https://www.hsbc.co.id/1/PA_esf-ca-app-content/content/indonesia/personal/offers/news-and-lifestyle/files/articels/html/2019/peluang-bisnis-2020-bisnis-ecommerce-akan-memasuki-tahun-emas.html (diakses 31 maret 2020)
- Kotler dan Keller (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Mewoh , F. M., Tampi , J. R., & Mukuan , D. D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 9. No. 1, 2019*.
- Meyliana. (2011). Analisa Strategi E-Marketing dan Implementasinya pada Rental Company. *Jurnal Binus Business Review. Vol 2*, hal: 32.
- Purwana, D. E. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) Vol. 1 No. 1 Juli 2017*.

- Otero, & Xabier. (2016). Understanding Digital Marketing Basic and Actions. *Management and Industrial Engineering*, 10.1007/978-3-319-28281-7_2.
- Riduan dan Akdong (2008). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rochmah, V. L. (2019). Menjelajah Dampak Keterlibatan Pemasaran Digital Pada Proses Pengambilan Keputusan Siswa Di Lembaga Pendidikan Tinggi (HEIs) (Studi pada Universitas Negeri di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 73 No. 2*.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing_ Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. . United States: Kogan Page Limited.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. . Bandung: Alfabeta.CV.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Urban, G. (2004). *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*. Pearson Education.
- Wulandini & Saputra (2017). Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Pekanbaru. *JSSH P-ISSN:2579-9088 Vol. I Nomor 2*.
- Yusi dan Idris (2012). *Metodelogi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Palembang: Citrabooks Indonesia.