

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, I. (2020). Determining Factors in Purchasing Decisions. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(4), 702–709.
- Ahmed Othman Aly Ziko, Amal Asfour. (t.t.). (2011). Effect of Digital Marketing on Consumer Buying Behaviour in the Modern Trade Sector in Egypt.
- Alicia Sastra Millennium, I Wayan Suardana, & , I Made Kusuma Negara. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARTUP BIKE RENTAL BANANAZ BALI. 9.
- Atmodjo & Marsum W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Andi.
- Bagas Ilham Lucyantoro & Moch Rizaldi Rachmansyah. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Ekonomika*, 5, 45.
- Boyd L Walker. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Chaffey, D, & Chadwick, E. (2016). *Digital Marketing*. 6.
- Choms Gary Ganda Tua Sibarani, dkk. (2019). *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Dedy Ansari Harahap. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7, 22.
- Departemen Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Dian Citaningtyas Ari Kadi, Rizal Ula Ananta Fauzi, & Andrea Ageany. (2022). Analysis Of The Influence Of Location, Design, Product Quality On The Decision To Purchase Subsidy Housing In Madiun Regency. 02.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Selatan. (2022). *Data Dinas, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Kalimantan Selatan*.
- Dr. Rashmi Ranjan Mohapatra. (2023). Factors Influencing Digital Marketing in Bhadrak District of Odisha. 44.
- Elbahar, C. & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. 8 No.2, 2.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Qiara Media.

- Fuskova, M., Hanáčková, D., & Gubáňová, M. (2018). Location factors and their importance in location decision making of enterprises (in conditions of Slovak republic) case study. *Ekonomika Management Inovace (EMI)*, 10(1), 5–18.
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. 171–172.
- Hidayat, N. K., & Tobing, R. (2012). Enhancing netizen as a digital marketing activity toward strategic branding. A case study of “XYZ” brand. *The Winners*, 13(1), 58–65.
- Hoyer and Macinnis. (2010). *Consumer Behavior* 5th edition. South Western.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*.
- Kotler & Amstrong. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran* (9 ed.). Indeks.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lamb dkk. (2001). *Pemasaran*. Salemba Empat.
- Leisander, I., & Diah, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2).
- Levy, Michael, And Barton Weitz. (t.t.). *Retailing Management*. Mc. Graw Hill.
- Maram Alanmi & Sager Alharthi. (2023). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Behavior in Saudi Arabia: Brand Popularity as a Mediator. 4, 412–438.
- Mardani, (2013). *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana
- Marhawati, AM. Fatwa Nurhidayah, Tuti Supatminingsih, Rahmatullah, & A. Tenri Ampa. (2023). The Influence Of Digital Marketing And Service Quality On Consumer Purchasing Decisions Coffee Shop Lagi Lagi Chl Makassar City. 1.
- Poerwadarminta & W. (2010). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Balai Pustaka.
- Qausar Eganael Putra1, , Zeplin Jiwa Husada Tarigan1*, , Rismawati Br Sitepu, & Sanju Kumar Singh. (2019). The Impact of Marketing Mix on the Consumer Purchase Decision in the Surabaya—Indonesia Hotel Residence.

- Rabbani, D. B. (2018). Analisis pengaruh Etika Bisnis Islami, lokasi usaha, dan pendidikan terhadap pendapatan: Studi pada pelaku wirausaha barang bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Rahadi, D. (2020). Menjaga industri ditengah pandemi. *Media Industri*, I, 17.
- Rahayu. Elly. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. 1, 7–12.
- Ramadhani, A. D. (2018). Implementasi Marketing Mix Berbasis Syariah Pada PT BRI Syariah Kcp Kapanjen [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- Robiah, F. (2017). *Marketing Hebat Ala Rasulullah SAW*. Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Ryan Kristo, Muljono. (2009). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.
- Satyo, F. (2009). *Intellectual Capital*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Seto Indarto, M. S. (2023). Influence of location and promotion on consumer purchase decisions of Geprek Express Samarinda city. 9.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian. literasi media publishing*.
- Sudibyoy, G. d. (2007). *Marketing Muhammad SAW*. Madania Prima.
- Sugiyono, M. (2015). *Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, H. (2015). *Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*.
- Suska Ari Setyawan, Syarifah Hidayah, & Saida Zainurossalamia. (2023). The Influence of Direct Marketing, Digital Marketing, and Instagram Celebrity Support on Purchase Decisions in Samarinda City, Indonesia.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.