

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 7 Februari 2024. Muhammad Arif. Diakses pada 18 April 2024. Dari, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word of Mouth pada Givanda Store Denpasar. *Emas*, 2(2).
- FEB UPGRIP. (2023). *Pedoman Penulis Skripsi FEB Universitas PGRI Palembang Tahun ajaran 2023/2024*. Palembang: Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.
- Hartono, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok Taya. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(03).
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.
- Kurniawan, R. A., & Agung Yuniarinto, S. E. (2018). The Influence of Email Marketing and Online Store Atmosphere on Purchase Intention (A Study on Website Bukalapak. Com in Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Ligaraba, N., Chuchu, T., & Nyagadza, B. (2023). Opt-in E-mail Marketing Influence on Consumer Behaviour: A Stimuli–Organism–Response (S–O–R) Theory Perspective. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2184244.
- Megandaru, A. G., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Experiential Marketing, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill. *Eproceedings Of Management*, 6(2).
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Jakarta: Andi Offset
- Purwaningati, D., Irawan, H., & Kusumahadi, K. (2018). The Influence of E-Mail Marketing on Purchasing Decision (Case Study on Traveloka. Com). *Sustainable Collaboration in Business, Technology, Information and Innovation (SCBTII)*.
- Rahmatia, R., & Hakim, A. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Toko

- Tho Masagena). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4(2), 186-191.
- Sekaringtias, K., & Kusumawati, A. (2017). *Peran Permission Email Marketing dalam Memediasi Pengaruh Trust terhadap Purchase Intention (Studi pada Konsumen Althea Korea Di Indonesia dan Malaysia)*. Brawijaya University.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Virgantini, N. L. E. S. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Social Media Marketing, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Online pada Tokopedia di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Wikipedia Ensiklopedia Bebas. 21 Februari 2024. Wikipedia Bahasa Bebas, Diakses pada 10 Juni 2024. Dari, <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.
- Zuhad, M. D., & Yoestini, Y. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(5).