

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdurrahman, S. A. M. & M. (2009). *Analisis Korelasi, Regresi, dan jalur dalam Penelitian*. Pustaka Setia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmi, S. S. dan M. L. (2021). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (3rd ed., Issue January 2014). Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Rasul, A. A. (2010). *Praktikum Statistik Ekonomi Dan Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan manual & SPSS Edisi Pertama*. Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (16th ed.). Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru.
- Widyaningrum, R. (2013). *Statistika* (Pustaka Fe).

## JURNAL

- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–19.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Ilmiah Dan Ekonomi Islam*, 3(1).
- Fitriyah, F. (2016). *Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 10(2), 165–176.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Handryanus Edwinto Raga, Anak Agung Putu Agung, N. P. N. A. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong*. 2, 512–520.
- I Gusti Ngurah Agung Dharma Wiguna, Made Dian Putri Agustina, dan M. A. P. T. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 486–492.
- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v10i2.838>
- Layaman, L., & Nilamsari, P. (2018). Analisis Pengaruh Margin Dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 81-90.

- Layaman. (2013). *Aplikasi statistik dalam penelitian manajemen*. Deepublish.
- Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbut Medan. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda (Canarium Indicum L). *Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Niken Nanincova. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Novita Herlissha, T. F. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19*. 09(02), 1–13. <https://doi.org/10.33019/equity.v9i2.64>
- Nugroho, A. U. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Digitalmarketing Terhadap Kepuasan Pelangganauntie Anne's Aeon Mall Jakartagarden City*.16(1).
- Ong Ardhe Saliem. (2020). *Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Labelisasi Halal Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 39–41.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Pujanira, P., & Taman, A. (2017). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan, Dan Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Provinsi Diy. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan*

*Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i2.16643>

- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3591>
- Rachman, R. F. (2019). *Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital di Surabaya dalam Perspektif Islam*. 10(2), 157–176.
- Raheni, C. (2018). The Effect Of Social Media On Consumer Buying IPengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM>
- Salma Firdaus, Tiara Oktarienza, V. F. S. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 27–38.
- Satria, A. A. (2017). *Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. 2(1), 45–53.
- Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.3>
- Sukma, A., Hermina, N., & Novan, D. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Produk Umkm Binaan Kadin Jabar Pada Situasi Covid-19. *Manners*, 3(2), 91–102. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/manners/article/view/355>
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>

## WEBSITE

[opendata.jabarprov.go.id](https://opendata.jabarprov.go.id)