

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Y. (2022). Yume : Journal Of Management Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pt . Japfa Comfeed Indonesia , Tbk Cabang Makassar. *Jurnal Of Management Yume*, 5(2), 385–405. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.345>
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Agustina, H. (2022). The Influence Of Sales Growth, Leverage And Liquidity On Financial Distress In Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange 2016-2019. *International Conference On Global Education*, 696–703.
- Al-Fauziah, H. S., Syahriza, R., & Syahbudi, M. (2024). *Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aroma Bakery Dan Cake Shop Gunung Tua. 1*, 65–72.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Amboro Alfianto, M., Rihhadatul, A., Nur Syafiqah, I., Afrah Saputro, M., & Umar El Farouq, Z. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Memperkuat Brand Awareness Pekan Raya Jakarta (Prj). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 20760–20765. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/9563%0ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/9563/7798>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Anggeun Famelia. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Dan Potongan Mahasiswa Program Studi Manajemen Medan Area Di Platform Skripsi Oleh : Anggeun Famelia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di F.*
- Annisawati, A. A., & Sitorus, M. C. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Di Pt Perusahaan Perdagangan Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September), 1–10.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmu & Riset Manajemen*, 4(12).
- Apjii. (N.D.). *Apjii Jumlah Pengguna Internet Tembus 221 Juta*. 07 Feb 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonomi Manajemen Bisnis, 1*(01), 1–14.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek, 10*(2), 84. [Www.Gadget.Bisnis.Com](http://www.Gadget.Bisnis.Com)
- Budiyanto, T. (2026). Strategi Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt.Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16*(4), 488–500.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2017). *Internet Marketing: Strategy, Implementation And Practice. Pearson Education* (Ketiga). Financial Times. <https://Webone.Gr/Pleonektimata-Internet-Marketing/>
- Chandra, E., & Syahputra, S.Sos., M.Sc., M.B.A, P. . (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. 8*(2), 2021.
- Damayanti, E. R., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9*(2), 162–176.
- Depa. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Krupuk Jengkol Tunggal Putri Di Desa Apung Kecamatan Tanjung Selor). *Jurnal Ekonomi Manajemen (Ekman), X*(X).
- Devi. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeuty Dalam Pembelian Produk Wardah. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 1*–92.
- Efendi, M. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk,Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana “Indosan Im3” Di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. *Simki-Economic, 1*(3), 3–12.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen, 4*(1), 1. <https://Doi.Org/10.51804/Iej.V4i1.1583>
- Erni Widiastuti, D. N. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mie Gacoan Cabang Solo Baru. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 22*(04), 343–354. <https://Ejurnal.Unisri.Ac.Id/Index.Php/Ekonomi/Article/View/8174>
- Fadhilah, G. P. (2022). *Sikap Konsumen, Pola Pembelian, Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Susu Greenfields Di Kota Bandar Lampung. 1*–86.

- Faizatul, Z., & M. (2023). Pemasaran Digital Pengembangan Usaha Handmade Aksesoris “Saraca.” *Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(2), 157–166.
- Gunaidi, G. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kinerja Pelayanan, Lokasi Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Pada Supermarket Kaisar Siantan Di Pontianak. . . *Bis-Ma (Bisnis Manajemen)*, 7(1), 75–86.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.
- Hardani, A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In A. Husnu (Ed.), *Lp2m Ust Jogja* (Issue March). Pustaka Ilmu Group.
- Husna, N. (2022). *Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Uin Ar-Raniry Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Indana, W. (2023). *Fungsi Kemasan Produk: Mengapa Penting Untuk Bisnis?*
- Indrawati, A. P. W. J. A. M. A. (2020). *Digital Marketing* (Nadya Artha Fransiska (Ed.); Pertama). Edulitera (Anggota Ikapi-No. 211/Jti/2019) Imprint Pt. Literindo Berkah Karya.
- Indrawati, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Cincin Station Surabaya. *Agora*, 6(2), 121–131.
- J. Prayoga. (2018). *Penerapan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Efektivitas, Efisiensi Dan Produktivitas Perusahaan*. Universitas Dharmawangsa. <https://doi.org/10.46576/Wdw.V0i53.271>
- Jayanti, E., Daryani, D., & Sudiyono, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Ekonomi*, 14(1), 9–21.
- Khairunnisa. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Cv. Mega Indriana Jaya - Toko Buah Alpukat Bang Panji Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Khozinah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Kinasih, R. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan Pada Pengguna Energi Listrik (Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan Di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)*. Universitas Lampung Bandar Lampung.

- Kosasih, M. P. P. (2016). Keandalan, Daya Tanggap Dan Empati Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Princess Cosmetic. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, (November 2015), 2.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal Of Management Research*, 5(1), 8–16.
- Maddy Osman. (2022). *Complete Guide To Local Ecommerce And How To Get Started*.
- Mailiana, M., Hayati, D., & Budiati, P. L. (2023).). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2019 Stienas Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2).
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021a). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. . . In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2, 294–300.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021b). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- Maulia. (2024). *Panduan Praktis: Mengukur Efektivitas Strategi Digital Marketing Anda*.
- Mewoh, F. M., Tampi, J.R., & Mukuan, D. D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Administrasi Bisnis*, 9(1), 35–42.
- Mrizky, A. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pribadi. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 12–26.
- Muizzuddin, A. L., & Ilmu, J. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. Mursyid (Ed.); Ketiga). Widya Gama Press.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://Jurnalmahasiswa.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jptn/Article/View/36056>
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). *Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. Udayana.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu).

- Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.
<https://doi.org/10.36987/ECobi.V7i1.1528>
- Niluh Kurnia Dewi Pratami, N. D., Triansari, N. T., & Rahutama Atidira, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.23887/Pjmb.V2i1.26187>
- Nurchahyo, A. (2018). Peran Digital Marketing Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *Relevance: Journal Of Management And Business*, 1(1), 15–34. <https://doi.org/10.22515/Relevance.V1i1.1270>
- Nurpratama, M., & Anwar, S. (2020). Manajemen Strategi Industri Kecil Menengah Pabrik Kerupuk Sari Ikan Desa Penganjang Kecamatan Sindang Kabupaten Indramayu. *Abdi Wiralodra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 57–69. <https://doi.org/10.31943/Abdi.V2i2.22>
- Palandeng, D. A. J. I. W. J. O. I. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Etsuko Kitchen Manado. *Jurnal Emba*, 11(4), 1425–1434.
- Puspita, N., Rani, R., & Purwatiningsih, P. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo Di Jakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 267–279.
- Putra, G., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 124–131. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1878>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 5(1), 25–36.
- Putri, R., & Munas, B. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(1), 1–15.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V10i1.25>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan*

- Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/Jam.V16i01.271>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Udayana.
- Sasmita. (2021). Hubungan Prestise Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Negeri Di Kota Banda Aceh. In *Uin Ar-Raniry* (Vol. 3, Issue 2). Uin Ar-Raniry.
- Satria, R., & A.R., H. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Penjualan Produk Kartuas Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 2(3), 160–171. <https://doi.org/10.47747/Jnmpsdm.V2i3.361>
- Setiawan, T., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Persepsi Kualitas, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Di Marketplace. *Journal Of Applied Business Administration*, 6(2), 90–100. <https://doi.org/10.30871/Jaba.V6i2.4449>
- Siahaan, L. M. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Pt Glory Point Batam*. [http://repository.upbatam.ac.id/3119/%0ahttp://repository.upbatam.ac.id/3119/1/Cover S.D Bab Iii.Pdf](http://repository.upbatam.ac.id/3119/%0ahttp://repository.upbatam.ac.id/3119/1/Cover%20S.D%20Bab%20Iii.Pdf)
- Siddiq, S., Sukmawani, R., & Meilani, E. H. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Terubuk Di Pasar Modern. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.24198/Agricore.V5i1.23778>
- Soegihartono, S. (2020). Penelitian Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai Umkm Berbasis Industri Kreatif. *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/Slsi.V18i4.2848>
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259. <https://doi.org/10.32528/Jsmbi.V8i2.1792>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Alfabeta, Cv.
- Sulasih, S., Suliyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (Pls). *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1-20.

- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding Adalah Berbagai Kegiatan Yang Bertujuan Untuk Membangun Dan Membesarkan Identitas Sebuah. *Jurnal Profilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16.
- Suryanti, A. M., Baihaqi, I., & Hakim, M. S. (2023). Rancangan Penjualan Dan Distribusi Jeruk Chokun (Studi Kasus: Pt Bina Jaya Abadi). *Jurnal Teknik Its*, 12(1), 1–7. <https://doi.org/10.12962/J23373539.V12i1.111040>
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Skripsi. In A. Syahza (Ed.), *Ur Press* (Edisi Revi, Vol. 2, Issue 01). Press Pekanbaru.
- Tifanha. (2023). *Perusahaan Krupuk Dua Gajah Putra*. Gajah Samudra. <https://tifanha.blogspot.com/p/latar-belakang-berawal-dari-kondisi.html?m=1>
- Ulfa, W. S., Islam, P. E., Surabaya, U. N., Fikriyah, K., Islam, P. E., & Surabaya, U. N. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 106–118.
- Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media Oleh Umkm Dalam Memasarkan Produk Di Masa Pandemi Covid-19*. Tanjungpura.
- Winata, S. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Khong Guan (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Prodi Manajemen)*. 7(3), 6.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan. *Emas*, 2(3).
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis. Fakultas Ekonomi Uniat*, 31(1), 11–18.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V3i1.81>
- Zaputera, H., Amri, & Radiansyah, A. (2019). The Effect Of Product Quality, Service Quality, And Brand Image On Consumer Satisfaction Which Impacts On Consumer Loyalty. *Jem: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 34–52.