

DAFTAR PUSTAKA

- Abeysekera, N., Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
- Adhim, M. M. (2020). *Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sebelum dan Sesudah Menggunakan Digital Marketing: Perspektif Balanced Scorecard* [UIN Maulana Malik Ibrahim].
file:///C:/Users/acer/Downloads/16510160.pdf
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anjalita, L., & Suhardi, S. (2026). The influence of product quality, promotion, and digital marketing on purchasing decisions through consumer satisfaction as a mediating variable. *Economic: Journal Economic and Business*, 5(1), 122–129.
- Ariani, F., Sestriyenti, E., Silvia, E. D., & Susanti, R. (2023). The Influence of Product Quality, Price and Digital Marketing on Purchase Intention Batik Products in Sungai Penuh City. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, 8(2), 1–7.
- Arifin, I., & Prawiro, A. M. B. (2022). Prinsip-Prinsip dalam Pemasaran Syariah. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 5(2), 261–274.
<https://doi.org/10.24853/ma.5.2.261-274>
- Blitaria, A. A. (2018). *Pengaruh Inflasi, Bi Rate, Profit Sharing, Fdr, Total Aset dan Ihk terhadap Simpanan Masyarakat pada Perbankan Syariah Bumn di Indonesia Periode Januari 2015-Desember 2017*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Bungin, H. M. B. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Kedua). Prenadamedia Group.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing Implementation and Practice. In *Digital Marketing Technologies*. Pearson Education Limited. https://doi.org/10.1007/978-981-97-0607-5_3
- Christian, A. (2021). *Pengaruh Return on Equity, Earning per Share, Debt to Equity Ratio dan Net Profit Margin terhadap Harga Saham pada Perusahaan yang Tergabung dalam Indeks LQ45 di BEI Periode 2016 – 2018*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.
- Cirista, L., Purba, P. Y., Wijaya, A., Cholia, E. G., & Damanik, E. O. P. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Kota Medan di Tiktok Shop*. 8, 2332–2340.
- Febrinalda, L. (2022). *Analisis Digital Marketing pada PT. Gudang Dapur Berkah*.
- Hajar, S. (2023). Studi Komparatif Antara Perilaku Keagamaan Peserta Didik Alumni Madrasah Ibtidaiyah (MI) Dengan Alumni Sekolah Dasar (SD) Di UPT SMP Negeri 4 Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang. In *Repository iain parepare*. IAIN Parepare.
- Hamid, B. F., Syifa Hidayat, F., Alifah Sajidah, N., Hidayat, T., Julio Pratama, A., Iqbal Nurulhaq, M., Budiarto, T., Hasian Situmeang, W., Kemala Dewi, R., Puji Mumpuni, R., & Wiraguna, E. (2025). Implementasi dan Strategi Pengembangan Digital Marketing pada UMKM Implementation and Development Strategy of Digital Marketing in UMKM Sinarsari Village, Dramaga District, Bogor Regency. *Bumi : Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian Kepada Masyarakat Volume. 3 Nomor. 3 Juli 2025, 3 Nomor 3*, 24–32.
- Haryani, D. S., Ratnasari, S. L., Fauzar, S., & Putri, A. S. (2022). Efektivitas Digital Marketing di Era New Normal pada UMKM di Tanjungpinang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 554–565. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2209>
- Hudah, N. (2026). Decoding Consumer Purchase Decisions: The Strategic Role of

Digital Marketing, Pricing, and Product Quality. *INNOVATION RESEARCH JOURNAL*, 7(1), 35–45.

Ilahi, M. I. (2019). Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi islam terhadap peningkatan penjualan pada toko. In *Skripsi*. UIN Alaludin Makassar.

Ilham, I., Widjaja, W., Sutaguna, I. N. T., Rukmana, A. Y., & Yusuf, M. (2023). *Digital Marketing's Effect On Purchase Decisions Through Customer Satisfaction*. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3 (2), 185–202.

Isnindiyah, A. (2019). *Motivasi Pembelian Produk Sate Sapi Pak Prapto di Kotagede Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Kemenag RI. (2016). Qur'an Kemenag. In *Aplikasi Al-Qur'an Resmi Kementerian Agama RI*. <https://quran.kemenag.go.id/>

Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson India Education Services.

Kuspriyadi, I., Widiyanti, M., Rosa, A., & Shihab, M. S. (2023). The Influence of Product Quality and Digital Marketing on the Performance of SMEs: A Case Study of SMEs Supported by the Representative Office of Bank Indonesia in South Sumatra Province. *International Journal of Business, Economics and Management*, 6(4), 296–303.

Larasati, I. (2024). *Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Terhadap Penjualan Pada Omah Gudeg Bu Sundari*.

Lase, M., Zalukhu, Y., Zebua, E., & Mendrofa, Y. (2024). Analisis Pemanfaatan

- Digital Marketing Dalam Mempromosikan Produk Dan Meningkatkan Daya Saing Penjualan Pada CV. Decorindo Jaya Perabot Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 1848–1857. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4746>
- Louis, O. G. (2021). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Setelah Ipo Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia (Studi Kasus Perusahaan Yang Listing Tahun 2018)*. STEI Jakarta.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Universitas 45 Surabaya*. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v1i3.44>
- Mardiansyah, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Mang Kabayan Sentul City*.
- Menhard, Syafwandi, & Yulasmi. (2025). *Social Media , Price Perception , and Repurchase Intention : The Role of Trust*. 13(5), 3675–3678. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3717>
- Munandar, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Financing To Deposit Ratio (Fdr) Serta Implikasinya Terhadap Return on Assets (Roa) Dan Net Operating Margin (Nom) Pada Bank Umum Syariah Periode Januari 2014-September 2021. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 7(2), 105–116.
- Munandar, D. (2022). *Digital Marketing*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). Digital Marketing. In CV. Pena Persada. http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-BOOK_DIGITAL_MARKETING.pdf#page=7
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.

- Nurbudipni, L., Sonedi, Suyati, E. S., & Pratama, M. R. F. (2019). *Development of Micro, Small and Medium Enterprises Rattan Woven Crafts in Central Kalimantan, Indonesia*. 18(June).
- Prasetyo, A. H. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Cabang Kelapa Gading Hibrida)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
- Puspita, O. D., & Fasa, M. I. (2024). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Syariah Marketing Concept in Shari ' Ah Perspective. *JICN : Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). Teori dan Praktik Pemasaran Syariah. In *Raja Grafindo Persada*.
- Putri, A., & Saufi, A. (2025). *The Influence of Digital Marketing , Pricing , and Service Quality on Students ' Purchasing Decisions in the Tiktok Shop Marketplace*. 4(4), 1681–1694.
- Putri, D. K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Jombang)*. STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Ramandhana, D. Y., Jayawarsa, A. A. K., & Aziz, I. S. A. (2018). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga BI Rate, Pertumbuhan Ekonomi, Non Performing Loan (NPL) dan Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Umum di Indonesia Periode 2013-2017. *Warmadewa Economic Development Journal*, 1(1), 30–40. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wedj/article/view/1117>
- Saputra, R. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior TWELFTH EDITION Global Edition*. Pearson Education Limited.

- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Siahaan, R. (2021). *Pengaruh Stres, Motivasi Kerja, dan Kepuasan terhadap Kinerja Driver Online GrabBike di Masa Covid-19 (Studi pada Driver GrabBike di Jakarta Timur)*. STEI Jakarta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulianta, F. (2023). *Panduan Lengkap Digital Marketing*. Penerbit ANDI.
- Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*. UNY Press.
- Sutisna, A., & Fauziya, F. (2024). Pengaruh Kualitas Value Proposition Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Di UMKM Wajit Asli Cililin Cap Potret. *10(4)*, 2376–2385.
- Suwatno. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Simbiosis Rekatama Media.
- Syiroojuddin, J., & Utomo, B. T. (2022). Sistem Informasi Pemasaran Digital pada Cv Xyz. *Unsub*, 9 (1)(1), 15. <https://ejournal.unsub.ac.id/index.php/FASILKOM/article/view/1415/1130>
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran prinsip & penerapan. *Yogyakarta: Andi*, 81.
- Umk, S. (2024). *Jumlah UMKM berdasarkan SIDT-UMKM*. Kementerian UMKM Republik Indonesia. <https://satudata.umkm.go.id/login>
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In T. Fiktorius (Ed.), *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD*

Kota Semarang. KLIK MEDIA.

- Wijaya, A., & Fadhilah, M. (2023). *Factors That Influence Repeat Purchases: Promotion, Price, Product Quality, And Brand (Literature Review)*. 2023(2), 1–7.
- Yulia. (2019). *Pengaruh Kompleksitas Tugas, Tekanan Ketaatan, dan Pengetahuan Auditor terhadap Audit Judgment (Studi Empiris pada KAP Wilayah Jakarta Pusat dan Jakarta Timur)*. STIE Jakarta.
- Yuliana, R., & Hamdani, M. (2025). *From Click To Purchase: Exploring The Influence Of Digital Marketing On Repurchase Intention Through Electronic Word Of Mouth Marketing In Msmes*. 2025(4), 1368–1376.
- Zayu, W. P., Herman, H., & Vitri, G. (2023). Studi Komparatif Pelaksanaan Tugas Besar Perencanaan Geometrik Jalan Secara Daring Dan Luring. *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 2(1), 92–96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jppie.v2i1.762>