

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah, Taufik, M., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Micellar Cleansing Water pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(3), 167–175. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/888>
- Amanatus Solikhah, S., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.473>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)* (R. Wujarso (ed.)). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia). (2023). *Persentase Rumah Tangga yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah, 2021-2022*.
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Daryani, Jayanti, E., & Sudiyono. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW*.
- Galingging, A. R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Im3 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.).
- Haribowo, R., Bilgies, A. F., Verawaty, Tannady, H., & Ratnawati. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Endoser* Terhadap Purchase Decision Produk *Bakery Bittersweet By Najla*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5). <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/1170%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/1170/784>
- Herniati, Sudarso, E., Warsiningsih, T., Hartono, S. T., & Darmasari, E. (2024). Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* , *Brand Image* , *Brand Trust*

terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee*. *Jurnal Syntak Admiration*, 5(10).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Indrawan, R., & Yuniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Refrika Aditama.

Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi Umkm Dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan Umkm Di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64.

Jayanti, E., & Werdiasih, R. D. (2022). Strategi Promosi Pulau Momongan Pada Era New Normal Di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(1), 40–53.

Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh *Celebirty Endorsement*, *Beauty Vlogger* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4).

Khasanah, A. U. (2021). *Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab*. Universitas Islam Indonesia.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 jilid 1).

Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indeks.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

Kurnia, U. D., & Krisnawati, W. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Bran Trust* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Pembelian Erigo di Kabupaten Gresik oleh Generasi Z. *Master : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1–11.

Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish.

- Ma'ruf, N., Alfalisyado, Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2).
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Ngatno, D. D. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). EF Press Digimedia.
- Nurfadillah, R., & Damayanti, R. W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 150–164.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Philip, K. (2002). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Era Sosial Media*. CV. Pustaka Setia.
- Raga, H. E., Agung, A., Agung, P., Putu, N., & Anggraini, N. (2021). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Sebatik*, 2(2), 512–520.
- Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. CV. Jakad Publishing.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen)*. Deepublish.
- Sanjaya, R., & Joshua, T. (2009). *Creative Digital Marketing : Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya Hasil Gemilang*. Media Komputindo.
- Sari, S. N., & Wirawan, D. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : UMKM Rokupang Cabang Karawang). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(1), 77–83.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development/R&D* (S. Y. Suryandari (ed.); 4th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)* (A. Nuryanto (ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Sutrisno, Jodi, W. G. A. S., Putra, S. A., Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analisis Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Tasia, A. A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan penelitian)*. Andi.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Varidah, K., Kristiningsih, Mulyana, P. A., & Danurwindo, M. A. (2022). Pengaruh *Word of Mouth*, *Lifestyle* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Red Koffee Armina Daily. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 165–178.
- Wibowo, Arifin, & Sunarti. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan PAT.