

DAFTAR PUSTAKA

- Ajis dkk. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Cleo. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.
- Al-Azzam, A. F., & Al-Mizeed, K. (2021). The Effect of *Digital Marketing* on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455–463. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0455>
- Alamsyah, N. A., & Fikri, M. A. (2024). Pengaruh *digital Marketing* terhadap keputusan pembelian: Peran mediasi dari perilaku konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 7(2), 128–144. <https://doi.org/10.30587/jre.v7i2.8250>
- Arianto. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan. Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*.
- Arianto. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Aryani, M. (2021). Analisis *Digital Marketing* Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary*, 6. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Chaffey, D. , & E.-C. F. (2019). *Digital Marketing: Strategy. Implementation and Practice*. Pearson.
- Dewi dkk. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Serayu Denpasar*.
- Fitriani, D., Agung,A,A,A & Kusuma,T,E (2025). Pengaruh *Digital Marketing*, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di Ria Salon (Studi Kasus di Ria Salon). *Jurnal Emas*, 6(3), 578–593. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i3.11026>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., Sirait, R. T. M., Hulu, N., Haloho, E., & Halim, F. (2025). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi

- Kasus: Penjahit Agape Pasar Petisah Medan). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 10(1), 84–92. <https://doi.org/10.51544/jmm.v10i1.6179>
- Gitosudarmo, I. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua). BPFE.
- Hartawan, C., Triwardhani, D., & Simarmata, P. (2025). Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Online di Lazada (Studi Kasus pada Lingkungan Mahasiswa UPN Veteran Jakarta).
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo.
- Irshad, O., Ahmad, S., & Mahmood, S. F. (2024). Fostering Purchase Intentions Through CSR and Service Quality: The Role of Customer Satisfaction, Brand Loyalty, and Admiration. *Sustainability*, 16, 10584. <https://doi.org/10.3390/su162310584>
- Jamilah, A. (2025, October 18). Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89 Persen Populasi pada 2025. *Good News From Indonesia*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Januarsisti dkk. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Studio Warnails di Karawang. *Jurnal Manajemen Dan Sains (J-MAS)*.
- Khatun, L., Kabir, M. R., & Abid, R. (2025). Impact of E-marketing System on Consumer Purchase Decision: A Study on daraz.com.bd. *British Journal of Marketing Studies*, 13(3), 94–114. <https://doi.org/10.37745/bjms.2013/vol13n394114>
- Kotler dan Armstrong. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Ed.; Edisi 1, Alih Bahasa). Prenhalindo.
- Kotler dan Keller. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2018). *Statistical Techniques in Business and Economics*. New York: McGraw-Hill Education.
- Manengal. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombantu. *Jurnal Productivity*.
- Mardiatmi, W., Sari, S. M., Ramadhani, A. P., & Nur, Z. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm Di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 340-348.

- Miller, A., & Bryer, D. (2020). *Digital Marketing for Beginners 2021*. Amazon Digital Services LLC
- Mulyadi. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian*.
- Musnaini, S., Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.
- Nardo dan Prasetyo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Dealer CV. Supra Jaya Motor Cianjur. *Jurnal Pemasaran*.
- Nurya Rizkiyani, Iswati Iswati, & Emilia Pranata. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Surabaya. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 219–233. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.262>
- Peter & Olson. (2018). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Edisi Sembilan). Salemba Empat.
- Potjanajaruwit, P. (2023). Influence of *Digital Marketing* on Purchasing Decisions of Internet Users in Thailand. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 58(1), 299–308. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.58.1.23>
- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh viral marketing, *digital Marketing* dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk Es Teh Indonesia. *Citaconomia: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1–13.
- Putri. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Jasa PT Aman World Logistics. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rifa'i dkk. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Shafa Shal Sabilla, S., Febriansyah, R. E., & Sumartik. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2852–2861. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5566>
- Siagian, S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.

- Sino dkk. (2025). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di UMKM Kuliner. *Jurnal Ekonomi Holistik*.
- Siregar, S. (2017). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Solikhah dkk. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*.
- Sudaryono. (2021). Statistika untuk Penelitian. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sulistiyani, R. D. dan A. F. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7.
- Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Edisi 1). Andi.
- Wang, C., Liu, T., Zhu, Y., Wang, H., Wang, X., & Zhao, S. (2023). *The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border e-commerce platforms*. *Heliyon*, 9, e21617. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21617>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.