

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayanti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember) 2528-0570. *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol.3 No.2(2), 186–196.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22.
<https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Ayu, P., Purnama, W., & Mahyuni, L. P. (2022). *Optimalisasi Internet Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Handicraft Di Desa Sebatu Optimization of Internet Marketing for Increasing The Competitiveness of Micro Handicraft Businesses in Sebatu Village*. 6(2), 324–334.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–5.
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KADATUAN KOFFIE*. 8(2),

2021.

- Fathorrahman, F., & Nufus, K. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Koperasi Dan Cara Koperasi Menghadapi Financial Technology (Studi Kasus pada BMT Al-Fath IKMI). *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.1-12.7104>
- Fetrisen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, W., & Mais, R. G. (2020). Implementasi Manajemen Risiko dalam Penentuan Objek Audit Kepabeanan dan Cukai. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 69–84. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.346>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>

- Insan, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli Tiket.Com di Jawa Barat. *E Journal Management, Telkom University*, 8(1), 164–170. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/>
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14377/14161>
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
<https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). PENGARUH CURRENT RATIO (CR), RETURN ON EQUITY (ROE), DAN SALES GROWTH TERHADAP HARGA SAHAM YANG BERDAMPAK PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 2(3), 83.

<https://doi.org/10.32493/skt.v2i3.2793>

Nurjannah, A. Y., & Cahyani, L. (2021). *PENGARUH PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PRODUK ARRUM HAJI GUNA MENARIK MINAT BELI PERIODE 2020 / 2021 PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG NGANJUK* *The Effect Of The Implementation Of The Marketing Mix On Arrum Hajj Products To Attract In.* 7(6), 2536–2550.

Prasetyo, I. B., & Irawati, R. (2022). Implementasi SWOT Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan “Show Bakso Malang” di Era New Normal. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 3(1), 237–247.
<https://doi.org/10.31328/bmb.v1i2>

Pratama, W. A. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah Berbasis Web Pada Galeri UKM Soppeng. ... *Ilmiah Sistem Informasi Dan Teknik Informatika “ ...*, 2(April), 61–69.
<https://ojs.stmik.ypls.ac.id/index.php/jisti/article/view/30>

Rachmijati, C. (2018). Penggunaan Internet Sebagai Optimalisasi Media Pembelajaran Bahasa Inggris (Program Pengabdian Pada Masyarakat Di Desa Margaluyu Kecamatan Cipendeuy). *Abdimas Siliwangi*, 1(2), 61.
<https://doi.org/10.22460/as.v1i2p61-74.106>

Romli, S., Arwan, A., & Irham, M. (2018). Implementasi Nilai-Nilai Dakwah Dalam Manajemen Pemasaran Di Bank Bni Syariah Pekanbaru. *Idarotuna*, 1(1), 68–78. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v1i1.6075>

Saputro, A., Sugiharto, D. S., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., Petra, U. K.,

- & Siwalankerto, J. (2018). *Dimensi Brand Ambassador*. 1–8.
- Setianto, R., & Dunan, H. (2022). *PENJUALAN PADA RON-RON PANCING DIMASA PANDEMI*. 1(6), 931–940.
- Simamarta, Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Anggusti, S. M., & Muliatie, Y. E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28th ed.). Alfabeta, cv.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB press.
- Tengku Firli. (2020). *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Tjiptono dan Diana. (2020). *Pemasaran*. ANDI : YOGYAKARTA., 2020.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Yalanda, R. R., & Sadeli, A. H. (2019). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Malabar Mountain Coffee.

Performance, 26(1), 27. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2019.26.1.1413>