

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aisy, R. R. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen @Scarlett_Whitening di Instagram. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*).
- Antika, R. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sale Pisang "Tri Putra" di Desa Banyuurip Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. *Journal Of SIMKI*.
- Budastra, I. K. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 dan Program Potensial Untuk Penanganannya: Studi Kasus Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Agrimansion*, 21(1), 48-57.
- Cahya, A. D., Rahmawati, A. W., & Ningsih, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 13-26.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome Mccarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica Dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. Pearson.
- Coviello, N. E., Milley, R Danmarcolin, B. 2001. Understanding It-Enabled Interactivity In Contemporary Marketing. *Journal Of Interactive Marketing* 15.
- 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), 1-10.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indiwo, H. E., & Setyorini, N. (2020). Financial Literacy Dan Financial Planning Dampaknya Terhadap Ketahanan Keuangan Keluarga Di Masa Pandemi Covid-19. *In Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Pp. 1-12)*.
- Kotler, K.L.Keller, 2005. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13th Ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 11. Terjemahan Oleh. Jakarta: Pearson Education Asia Dan Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary 2008. *Prinsip–Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1.Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, 2014. *Principles Of Marketing. New Jersey Prentice Hall*.
- 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.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Manoppo, H., & Arie, F. V. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2).
- OECD. (2020). *Coronavirus (Covid-19): Sme Policy Responses. Oecd Policy Responses To Coronavirus (Covid-19)*.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil. *Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDIU*.

- Saladin, D. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya. Bandung.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex. Media Komputindo.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.
- Satria, E. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Dzahab: Journal Of Economic, Management And Business, & Accounting*, 1(2), 117-126.
- Schiffman & Kanuk. (2008), *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Edisi Ketujuh. Indeks. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. (2010), *Perilaku Konsumen: Konsep dan Impikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media Group. Jakarta.
- Setiawan, O., Simorangkir, E. S., & Purwati, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 64-77.
- Slamet, M. Y. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Burger King Di Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Subawa, N. S., & Widhiasthini, N. W. (2020). *Waralaba 4.0: Isu, Tren Dan Evolusi Waralaba Di Era Digital (Vol. 2)*. Nilacakra.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.

- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Urban, Glen. 2004. *Digital Marketing Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA
- 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. *Jurnal Emas*. 2(3).
- Wongso, M. Y. S. B., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Burger King Di Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Zeithaml, V.A. 1988. Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Bukti, *Journal Of Marketing*, Vol.52. Pp.1-22.