

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta.
- dalam Aryani, A. (2021). Analisis Digital Marketing dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM. *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.
- Dharmesta, & Irawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.).
- Fenny, K., Marpaung, M. A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *JURNAL MANAJEMEN*, 7(1), p-ISSN. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hana Fathina. (2022, November 22). *Ekonomi Digital: Manfaat, Karakteristik, Perkembangan, dan Tantangannya*. [Https://Ekonomi.Bisnis.Com/](https://Ekonomi.Bisnis.Com/).
- Hasibuan, R. R. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN TENAGA PENJUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK IMPORT ORIFLAME DI SPO 1507. *Jurnal Ekonomi*, 7(2).
- Kambali SE MM, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1).
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. PT. Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th Global Edition)*. Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing management (16th ed.)* (13th ed.). Pearson Education.
- Lamb Jr, Hair Jr, & Mc Daniel. (2013). *Pemasaran (Terjemahan David Oktaveria)*. Salemba Empat.
- Manampiring, A. F., & Trang, I. (2016). PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK MALALAYANG. *Jurnal EMBA*, 4(1), 472–483.
- Putri, D. S. P., & Rahayu, Y. S. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JASA PADA FINTECH SYARIAH (Studi Pada Erah.n.id). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(3), 1077–1092.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i3.14725>
- Rahma, N. N. (2021). Era Digital: Kemudahan dalam Kehidupan Sehari-hari Melalui Teknologi. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*. CAPS.
- Swastha, Basu, & Handoko. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Andi Offset.
- Viesti, T. R. (2017). ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MOM MILK MANAHAN SOLO.
https://eprints.ums.ac.id/52634/11/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf?utm_source=chatgpt.com#page=10.15