

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A., dan Purwantoro, G. 2022. *Digital Marketing Untuk UMKM*. Narotama University Press, Surabaya.
- Amalia, A., dan Mardian, I. 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Putri Agata. *Equilibria*, 9(1), 47-57.
- Ambiapuri, E., Setiadi, H., dan Parwitasari, N. 2023. Inovasi Produk dan Digital Marketing dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Teras Soreang Kabupaten Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 541-545.
- Ammalia, N. R., dan Supriyono. 2022. Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Business*, 4(2), 1018-1028.
- Baehaqi, M. A., Udayana, Ida B., dan Welsa, H. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Widya Manajemen*. 4(1), 21-33.
- Bancin, J. B. 2021. *Citra Merek dan Word of Mouth*. Jakad Media Publishing, Surabaya.
- Belch, G.E., dan Belch, M. 2018. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. 11th Edition. McGraw Hill, New York.
- Cannon, J.P., Perreault, W.D., dan McCarthy, J. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajemen Global*. Salemba Empat, Jakarta.
- Chaerudin, S. M., dan Syafarudin, A. 2021. The Effect of Product Quality, Service Quality, Price on Product Purchasing Decisions on Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC)*, 2(1), 61-70.
- Darmansah, A., dan Yosepha, S. Y. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. 1(1), 15-30.
- Ena, M. Y., Nyoko, A., dan Ndoen, W. M. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Chezz Cafenet. *Journal of Management*. 10(3), 299-310.

- Fauzi, D. H., dan Ali, H. 2021. Determination of Purchase and Repurchase Decisions: Product Quality and Price Analysis (Case Study on Samsung Smartphone Consumers in the City of Jakarta). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*. 2(5), 794-810.
- Guan, L. P., Mohd Yusuf, H. dan Ghani, M. 2020. Factors Influencing Customer Repurchase Intention Towards Insurance Products. *International Journal of Business and Management*, 4(5), 70-79.
- Hair, J. F., Celsi, M. W., Ortinau, D. J., dan Bush, R. P. 2017. *Essentials of Marketing Research*. McGraw Hill Education, New York.
- Herlissha, N., Fitari, T. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 9(2), 47-59.
- Khoziyah, S., dan Lubis, E. E. 2021. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39-50.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2021. *Principles of Marketing*. 18th Edition. Pearson Education Limited, New York.
- Kurniasih, D. 2021. *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan, dan Citra Merek*. Penerbit Bintang Sembilan Visitama, Banten.
- Kurniawan, A. 2023. *Digital Marketing*. Quepedia Group, Surabaya.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., dan McDaniel, C. 2018. *Principles of Marketing*. 11th Edition. Cengage Learning, Boston.
- Latief, R. 2018. *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Penerbit Media Sahabat Cendekia, Surabaya.
- Ling, T. S., dan Pratomo, A. W. 2020. Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen the Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(1), 31-42.
- Liswandany, F., Supriyono., dan Fitriyah Z. 2022. Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *Journal of Management & Business*, 5(2), 71-80.
- Lombok, E. V., dan Samadi, R. L. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk

- Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953-964.
- Mahiri, E. A. 2020. Pengaruh, Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227-238.
- Malhotra, N., Nunan, D., dan Birks, D. 2018. *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall, New York.
- Mehek, A. 2020. Marketing Management: Influences the Business Pattern in an Organization. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 8(7), 308–311.
- Morissan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana, Jakarta.
- Mubarok, M. M. 2018. The Effect of Brand Image and Consumer Attitudes on The Decision to Purchase Batik Jetis Sidoarjo Mediated by Intent to Buy. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 21(1), 105 - 116.
- Mukhtazar. 2020. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Penerbit Absolute Media, Yogyakarta.
- Naibaho, E. R., Fauzi, A. dan Sadalia, I. 2020. The Effect of Marketing Mix on Satisfaction of Customer Insurance Products Unit Link. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 47-55.
- Nisa, K. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. 4(1), 44-57.
- Noviani, S. R., dan Siswanto, T. 2022. Pengaruh Online Consumer Review, Rating, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Bisnis*. 1(1), 17-28.
- Onsardi, Ekowati, S., Yulinda, A. T., dan Megawati. 2022. Dampak Digital Marketing, Brand Image dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina MS Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*. 5(2), 10-18.
- Paludi, S., dan Juwita, R. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1), 41-53.

- Pratiwi, A., Junaedi, D., dan Prasetyo. A. 2019. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2(2), 150-160.
- Putri, A. V., dan Bambang. 2022. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 835-850.
- Robiah, D. W., dan Nopiana, M. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume: Journal of Management*. 5(1), 433-441.
- Saputra, G.W., dan Ardani, I. 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596-2620.
- Saputro, W. A., dan Laura, N. 2020. Pengaruh Digital Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2),1-11.
- Sari, R. M., dan Prihantono. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.
- Sawlani, D. K. 2021. *Digital Marketing: Brand Images*. Scopindo Media Pustaka, Surabaya.
- Schiffman, L. & Wisenblit, J. 2019. *Consumer Behavior*. 12th Edition. Pearson Education Limited, New York.
- Septiani, F. 2022. *Dasar-dasar Pemasaran Digital*. Cipta Media Nusantara, Surabaya.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Grup, Jakarta.
- Setyaningrum, B. M., dan Supriyono. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Voucher Internet XL Pada “Konter Kusuma”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 7(2), 196-204.
- Setyawati, A., dan Rahma, A. 2022. *Manajemen Pemasaran: Di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Media Nusa Creative, Malang.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press, Malang.

- Solomon, M.R. 2020. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 13th Edition. Pearson Education Limited, New Jersey.
- Sunyoto, D. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Center for Academic Publishing Service, Yogyakarta.
- Suryaningsih, I. B., Sularso, A., dan Handriana, T. 2020. *Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran*. Penerbit Samudra Biru, Yogyakarta.
- Suryati, L. 2019. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish, Yogyakarta.
- Wolf, E. J., Harrington, K. M., Clark, S. L., dan Miller, M. W. (2013). Sample Size Requirements for Structural Equation Models: An Evaluation of Power, Bias, and Solution Propriety. *Educational and Psychological Measurement*, 73(6), 913-934.
- Yolandha, D. P., Setianingsih, W. E., dan Nursaidah. 2022. Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Pia Gandrung Glenmore. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 439-452.
- Yulianto, A., Setiadi, R., Ernitawati, Y., Premana, A., dan Muammar. 2022. *Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan*. Gosyen Publishing, Yogyakarta.