

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 55–61.
- Amrah, W., & Mandung, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sirclo. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 235–243.
- Ary, M. (2014). Identifikasi Perilaku Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Program Studi Menggunakan Analisis Faktor. *Jurnal Paradigma*, 16(1), 35–44.
- Ayuni, R., & Permatasari, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Donkent Cafe Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(4), 495–489.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Cupian, Ananda, T. D., Hanjani, J., & Shafira, F. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Produk Makanan UMKM di Jatinangor). *Jurnal Ekonomi & Bisnis Islami*, 11(3), 1–17.
- Desy, I. D. L. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.
- Dewi, R., Adiwijaya, Irma, Putri, P. S., Nurfadillah, & Amiruddin. K. (2024). Bagaimana Fitur Produk Mempengaruhi Pilihan Anda Saat Pesan Makanan di Go-Food. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 346–361.
- Dewi, R., Azis, N., & Basalamah, M. S. A. (2023). Persepsi, Referensi Kelompok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Kosmetik pada Mahasiswi Feb Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 152–165.
- Diwyartha, N. D. M., Pratama, I. W. A., Lubis, R., Marlina, & Fawaid, A. (2022). *Pengantar Manajemen*. Adab.
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. *EProceedings of Management*, 8(2).
- Fawzi, M. G. H., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Nurjaya. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. E-Mabis. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Hulu, I. I. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di UD. Tius Bawolato. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–16.
- Imaduddin, Hakim, M., Mannipi, W. A., Husain, F., Sulfiandi, A., & Amirullah. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan Grab Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 246–257.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *JIMEA Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 112–122.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (16th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setrioni, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD. id Jakarta. *Jurnal Manajemen Krisnadwipayana*, 7(3), 1–13.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, Moch. R. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekometrika* 45, 5(1), 38–54.
- Mallik, A. (2017). Impact of Digital Marketing on Youth Buying Behaviour at Big Bazaar in Udipi. *International Journal for Innovative Research in Science & Technology (IJIRST)*, 3(8).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum L.*]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 493–502.

- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 43–53.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Nurhayati, Sugiyarti, L., Hanah, S., Asmilia, N., & Sutandijo. (2022). Optimalisasi Penjualan melalui Digital Marketing. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 4(2), 113–124.
- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The impact of digital marketing on consumer buying decision process in the Egyptian market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120–132.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis regresi linier berganda dalam estimasi produktivitas tanaman padi di kabupaten karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117–128.
- Pratama, I. W. A. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Putri, P. M., & marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36.
- Rohandi, Amang, B., & Nurpaila. (2023). Rohandi, Baso Amang, Nurpadila (2023) Pengaruh Pemasaran Online, Harga, Pelayanan dan Etika Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 450–460.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM KAWAI COKLAT). *Proceeding SENDIU*.
- S. Yesi, R. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket Di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 542–548.
- Santoso, A. D., Kamase, J., Gani, A. A., & Gani, A. (2022). Pengaruh Kualitas, Harga dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Center of Economic Student Journal*, 5(4), 375–391.
- Sholikah, Mundzir, A., Nunik Y, Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., & Ardiansyah, T. E. (2021). *Manajemen Pemasaran : Saat Ini dan Masa Depan*. Insania.

- Sinaga, R., & Zufriady. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Dunia Indah Furniture Desa Teru. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 116–123.
- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan UKM di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan SYariah*, 2(1), 59–74.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (3rd ed.). PT Buku Seru.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran*. CV Istana Agency.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Penentuan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *Profesi Humas*, 3(1), 102–119.
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan The Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1004–1013.
- Widiastomo, H. E. H., & Achsa, A. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(1), 15–23.
- 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 Batu Bulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Yulianti, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *INOV BIZ: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123–136.

Sitasi :

1. Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E., M.Si

Persepsi, Referensi Kelompok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal

Kosmetik pada Mahasiswi Feb Universitas Muslim Indonesia. (Dewi, 2023)

2. Dr. H. Fitriani, SE., MM

Electronic Media Marketing Mix Analysis on Increasing Participant of BPJS Ketenagakerjaan. (Mandung, 2022)

3. Dr. Aditya Halim Perdana K, P, SE., MM

Celebrity Endorser pada Jejaring Sosial Instagram untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. (Putra, 2018)

4. Hj. Wahidah Amra, S.E., M.M.

Kualitas Produk, Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sirclo. (Amrah, 2023)