

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, A. (2021). fungsi harga. *Repository STEI. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, 2013*, 28.
- Dinawan, M. R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369. [www.cahyamotor.com/index](http://www.cahyamotor.com/index)
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- 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. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Febiola, T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bio Beauty Lab Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Palembang*. 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Fetriszen, & 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.
- Handayani, 2020. (2018). Metodologi penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2020, 10–27.
- Handayani, S. (2013). Model Howard & Sheth Sebagai Alternatif Memahami Perilaku Konsumen Dalam Manajemen Pemasaran (SB. Handayani, SE MM) ABSTRAK. *Dharma Ekonomi*, April(37), 1–13.
- Hari Subagyo, W., & Safitri, Y. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Online Busana Muslim Di Industri Nanad Hijab Cibinong Bogor. *Economicus*, 13(2), 178–188. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i2.176>
- Hertina, D., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5379–5384. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>
- Hubbina, R. (2023). *1768-Article Text-6463-1-10-20230814*. 1(5), 459–475.
- Indah Kencana Putri, L. P. (2019). Perilaku Konsumen Pengguna Instagram di Era Marketing 4.0. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 20. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2248>
- Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (n.d.). *Perilaku Pembelian Konsumen*. 7823–7830.
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values*, 2(2), 373–385.
- Kosanke, R. M. (2019). *metode penelitian*. 34–46. Ley 25.632. (2002). *Keputusan Pembelian Pelanggan*.

- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. [http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku\\_new.pdf](http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf)
- Lombok, V. V., & 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 : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Marketing, P. D., Produk, K., Harga, D. A. N., Palandeng, I. D., Manajemen, J., Ekonomi, F.,  
 Jaya, D. A., Ogi, I. W. J., & Palandeng, I. D. (n.d.). D . A . Jaya ., I . W . J . Ogi ., I . D . Palandeng . *KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ETSUKO KITCHEN MANADO THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING , PRODUCT QUALITY AND PRICE ON Jurnal EMBA Vol . 11 No . 4 Oktober 2023 , Hal . 1425-1434. 11(4), 1425–1434.*
- Muafidah, M., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 661–668. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9834>
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Prayogi, B. S., Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (Studi Kasus di Toko Andra Sports Ambulu). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 50–65. <https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1696>
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.
- Putri, D. L., Murniningsih, R., & Santosa, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Label Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang). *Borobudur Management Review*, 2(2), 87–111. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.7006>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rambe M. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian*

- sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan.* 9–28.
- Rupantra. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Susu Kedelai Ud Pak Suroto Berastagi. *Digital Repository Universitas Quality Berastagi*, 5– 30.
- Sapti, M. (2019). Metodologi Penelitian. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Sekaran, M. (2016). *digilib . uns . ac . id*.
- Shofiyah, N. (2019). Uji Instrumen. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran. *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*, 780.
- Syaleh, H., & Nasution, R. N. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek GM Pada Mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 42–52. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i2.85>
- Tejantara, A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Oli Sepeda Motor Merek Eni Di Kota Denpasar). *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5686. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p17>
- Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). Analysis of the Influence of Products, Promotion and Digital Marketing on Purchase Decisions in Online Shopping with Customer Satisfaction as Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEKMA)*, 2(1), 100–116.
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Wardhana, G. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan secara Onlineterhadap Keputusan Pembelian pada Destinasi Belanja Shoope. *Journal of IndonesianScience Economic ...*, 4(1), 1–9. <http://www.journalindonesia.org/index.php/JISER/article/view/95%0Ahttp://www.journalindonesia.org/index.php/JISER/article/download/95/75>
- Wicaksana, A. (2016). bab 3 metodologi penelitian. <https://Medium.Com/>, 2015, 28–36. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Yola, L. F. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BSI Kota Tangerang.*