

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. S., Violinda, Q., Setiawati, I., & Rizwan, M. (2021). The Influence of Product Quality, Product Design, Brand Image on Realme Smartphone Purchase Decisions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9331>
- Ali Sadikin, I. M. M. S. H. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis* (M. A. Dr. Sardimi, Ed.).
- Andriani, F., Nalurita, S., Dirgantara, U., & Suryadarma, M. (2021). PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 226–278. www.internetworldstats.com
- Anwar, A. A., & Mangkunegara, P. (2019). TRANSFORMATIONAL RECTOR LEADERSHIP IN BUILDING ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND COMPENSATION TOWARDS JOB SATISFACTION OF NON-LECTURER STAFF (EDUCATION STAFF). In *Southeast Asia Psychology Journal* (Vol. 9).
- Ardiansyah, F. T. P. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Klikdokter Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 554–568.
- Ardiansyah Japlani, S. F. D. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scommer.Co Di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(4), 1.
- Astuti, S. D., Mukhammad, Y., Duli, S. A. J., Putra, A. P., Setiawatie, E. M., & Triyana, K. (2019). Gas sensor array system properties for detecting bacterial biofilms. *Journal of Medical Signals and Sensors*, 9(3), 158–164. https://doi.org/10.4103/jmss.JMSS_60_18
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM PIXY DI KABUPATEN SIDOARJO. 4(1).
- Fadhilah, N., Pratama, D. Y., Sawitri, D., & Risanti, D. D. (2019). Preparation of Au@TiO₂@SiO₂ Core-Shell Nanostructure and Their Light Harvesting Capability on DSSC (Dye Sensitized Solar Cells). *AIP Conference Proceedings*, 2088. <https://doi.org/10.1063/1.5095355>
- Fauziah, N., & Sukmawati, W. (2023). Stacking Analysis of Higher Thinking Skills of Class V Elementary School Students on the Material of Movement Organs Using the RADEC Model. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(7), 5263–5270. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i7.3926>
- García Martín, L. (2021). *Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación «BOE» núm. 340, de 30 de diciembre de 2020 [BOE-A-2020-17264]*.
- Handayani, T., & Rasyid, A. A. (2015). PENGARUH KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH, MOTIVASI GURU, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA GURU SMA NEGERI WONOSOBO. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 3(2), 264–277. <http://journal.uny.ac.id/index.php/jamp>
- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era*

- Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (1st ed.).
- Henry Assael. (2014). *Perilaku Konsumen*.
- Izzah Nur Masyithoh, I. N. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 7(1), 109–126.
- Jaya, D., Ogi, I., Palandeng, I., Jaya, D. A., J Ogi, I. W., Palandeng, I. D., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). *THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS AT ETSUKO KITCHEN MANADO*. 11(4), 1425–1434.
- Juli Ismanto. (2020a). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Wahyu Nurul Hidayati, Ed.; Universitas Pamulang). www.unpam.ac.id
- Juli Ismanto. (2020b). *Manajemen Pemasaran*.
- Kasih Haryo Basuki. (2015). PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL DAN MOTIVASI BELAJAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR MATEMATIKA. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 120–133.
- Khotim Fadhli, N. D. P. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POSKOPI ZIO JOMBANG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2, 603–612.
- Kotler, P. (2015). Marketing. Pearson Higher Education AU. In *Das Summa Summarum des Management* (pp. 277–297). Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9320-5_23
- Machali, I. (2015). PENDEKATAN INTEGRASI-INTERKONEKSI DALAM KAJIAN MANAJEMEN DAN KEBIJAKAN PENDIDIKAN ISLAM. *El-Tarbawi*, 8(1), 32–53. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss1.art3>
- Maghfiroh, H., Halim, A., & Beddu, M. J. (2024). Peran Guru Pendidikan Agama Islam melalui Penguatan Nilai-Nilai Multikultural di SMP Negeri 20 Batam. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 4(3), 1162–1175. <https://doi.org/10.53299/jppi.v4i3.713>
- Milton Kotler, T. C. S. W. C. Q. (2017). *Marketing Strategy In The Digital Age* (Ong Shi Min Nicole, Ed.; Yuheng Zhang, Trans.).
- Mohammed, N. K., Abd Manap, M. Y., Tan, C. P., Muhialdin, B. J., Alhelli, A. M., & Hussin, A. S. M. (2016). The Effects of Different Extraction Methods on Antioxidant Properties, Chemical Composition, and Thermal Behavior of Black Seed (*Nigella sativa* L.) Oil. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*, 2016. <https://doi.org/10.1155/2016/6273817>
- Muhammad Nur Fadlil, Dwi Dewianawati, & Ratna Agustina. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Penggunaan Promosi Endorsment, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merk Pakaian Sutr Heritage. *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)*, 1(3), 345–364. <https://doi.org/10.55927/fjss.v1i3.1244>
- Nandan Limakrisna, T. P. P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Bisnis Di Indonesia*.
- Nurdelia. (2021). PENGARUH SISTEM DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN KOPERASI AGRO RIMBA NUSANTARA (AGRINA) DESA PARSALAKAN KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu*

- Penegtahuan Sosial*, 8, 402–412.
- Pawirosumarto, S., Sarjana, P. K., & Gunawan, R. (2017). The effect of work environment, leadership style, and organizational culture towards job satisfaction and its implication towards employee performance in Parador hotels and resorts, Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1337–1358. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-10-2016-0085>
- Philip Kotler, G. A. (2018). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (D. B. Adi Maulana, Ed.).
- Philip Kotler, H. K. I. S. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital* (Andi Tarigan, Ed.).
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.).
- Philip Kotler, K. L. K. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Global).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022a). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022b). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Ramadhan Aprian Aditama, R., Larasati, N., & Paramita Pratita, M. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. 35(2), 163–171. <https://ekonomi.republika.co.id>.
- Rini Fauziah Sari, E. A. A. (2022). Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis dan Belief Siswa pada Materi Persamaan dan Pertidaksamaan Linear. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 1, 275–288.
- Rizqullah Ariella, I., & Melinda, T. (2018). THE EFFECT OF PROMOTION, QUALITY OF SERVICES AND PRICES ON CUSTOMER'S PURCHASE INTENTION IN CHOOSING CONTRACTOR SERVICES (CASE STUDY IN CV. ARIELLA JAYA COMPANY). *The 6th International Conference on Entrepreneurship*, 36–40.
- Salimun Sugiyanto. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Urnal Prosiding Seminar Nasional HUMANIS*.
- Septianto, F., & Tjiptono, F. (2019). The interactive effect of emotional appeals and past performance of a charity on the effectiveness of charitable advertising. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.013>
- Stefani Lily Indarto, I. G. (2016). FRAUD DIAMOND: DETECTION ANALYSIS ON THE FRAUDULENT FINANCIAL REPORTING. *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 116–227.
- Suswati, L., & Nainggolan, N. P. (2024). The Influence of Product Variations, Digital Marketing and Brand Image on the Purchase Decision of Janji Jiwa Coffee in Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(2), 295–307. <https://doi.org/10.32493/drj.v7i2.37565>
- Suvennie, S., & Nordin, S. (2020). Effect of indoor fine particulate matter (PM2.5) associated in Petaling Jaya LRTs. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 476(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/476/1/012125>

- Tanveer, M. A., Riaz, W., & Tanveer, A. (2012). Marketing Mix, Not Branding. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 43–52. <https://www.researchgate.net/publication/267798158>
- Trisna Trihapsari, A. T. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid – 19*. 150–159.
- Vanitha Swaminathan, S. G. K. L. K. D. L. (2022). Tindakan merek dan konsekuensi finansial: tinjauan temuan utama dan arahan untuk penelitian mendatang. *Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran*, 5(4), 639–664.
- Vicky Brama Kumbara. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN JINGLE IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA KONSUMEN SARI ROTI DI SEMARANG. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X, 713–725. www.kontan.co.id
- Wikrama Wardana. (2018). *Strategi Pemasaran*.
- Zainuddin, Z. (2018). Students' learning performance and perceived motivation in gamified flipped-class instruction. *Computers and Education*, 126, 75–88. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.07.003>

