

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., & Narbuko, C. (2015). *Metodologi Penelitian* (Cetakan 14). Bumi Aksara.
- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i2.481>
- Adi, N. R. M., Ramadhan, M. R. I., Aristawati, T., & Pratama, S. A. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(2), 420. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i2.1001>
- Adillah, A., & Fatimah. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Service Excellent Melalui Experiential Marketing Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Brand Pada Bank Muamalat Cabang Gowa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(03), 1832–1840.
- Alfiqri, M. J., & Trisnawati. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Viral Marketing Pada Produk Mixue Di Pontianak. *Obis*, 6(2), 44–60. <https://doi.org/10.63848/obis.v06n2.5>
- Amelia, F., & Putri, S. F. (2021). Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix (Product, Place, Price, dan Promotion) pada Kedai Kopi Vosco. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*.
- Ananto, R., Sapta Putra, S., Digidowiseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). the Influence of Product Quality, Price, and After-Sales Service of Hori Brand Lamps on Purchasing Decisions Pt. Fokus Dayautama in East Jakarta Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian Pt. Fok. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2597–5234), 2720–2729.
- Anisah, Handrijaningsih, L., & Wibisono, S. M. T. . dan B. S. (2021). *Faktor-Faktor Yang Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 15(April), 58–66.
- Ansar, M., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dagadu Djokdja Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 280–293. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i1.2137>
- Aqvila Fadini B, M. (2025). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Aqvila. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Azzahra, Hanifah, L., Zuliansyah, A., & Si, S. (2024). PENGARUH STRATEGI E MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI PEMASARAN ONLINE MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE NUJU COFFE LAMPUNG MENURUT BISNIS ISLAM. *JURNAL MEDIA AKADEMIK*, 2(11), 3031–5220.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>

- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brnd Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiky. (2023). ANALYSIS OF E-MARKETING PROMOTIONS' INFLUENCE PURCHASING INTEREST ON PURCHASE DECISIONS AND CONSUMER LOYALTY. *Eurasia: Economics & Business*, 2(4), 31–41.
- Eneng Wiliana and Nining Purwaningsih. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 242–51.
- Fauzi, M. F., & Siagian, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Influencer Marketing dan Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Kosmetik di Kota Batam. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 6(6), 218–230. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v6i6.8768>
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 165. <https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.352>
- Gunawan, B. G., & Widodoatmodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 172–177. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17844>
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bismak*, 2(2), 8–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.47701/bismak.v2i2.2145>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus kasus pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hayyina, R., Zumrotul, F., & Ritomiea, R. (2025). Pengaruh Content Marketing, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya Melalui Brand Awareness. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 405–419.
- Hidayat, C. M. P., & Delinda, R. A. (2025). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Penjualan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus dalam Brand Somethinc). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 282–291. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v11i1.522>
- Hidayatullah, M. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Kfc Kota Bogor. *Culinaria*, 4(1), 1–18.
- Ida, A. D. P. A., & Respati, N. N. R. (2021). The Effect Of Sales Promotion On Purchase Decisions Mediated By Brand Image (Study On E-Commerce Tokopedia In Bali). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 205–215.
- Islami, C. D., & Santo, S. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINESHOP. *Solusi*, 22(2), 215. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i2.9027>
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiental Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1208–1217.
- Keller, K. (2021). *Intisari manajemen pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Principles of Marketing* (12th Ed). Pearson Education

Limited.

- Kotler, P. dan G. A. (2018). (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Alih Bahas). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (12th Ed). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga (ed.)). Erlangga.
- kotler philip dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education, 2021.
- Manullang, O. J. R., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Persepsi Calon Mahasiswa Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Pada Osin Jentia Rosni Manullang. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(3), 168–179. <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i3.3820> Pengaruh
- Maulana, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i3.335>
- Meutia, K. I., & Husada, C. (2019). Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 119–126. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.246>
- Nanda, R. J. P., & Nilowardono, S. (2022). The Effect of Beauty Influencer, Social Media Marketing, and Brand Image on Purchase Decisions for Korea Skincare Products. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 23–32. <https://doi.org/10.29138/je.v22i01.160>
- Oktavia, E. B., Jember, M., Fatimah, F., Jember, U. M., & Puspitadewi, I. (2022). PENGARUH HARGA, BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING INDONESIA DI TOKOPEDIA. *Repository.Unmuhjember.Ac.Id*, 361–375.
- Putra, A. P. (2023). Analisis E- Marketing, Kaulitas Produk, Dan Inovasi Terhadap Brand Awareness Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Beli Di Alfamart (Kota Denpasar). *Jurnal Ecoment Global*, 8(1), 52–56. <https://doi.org/10.35908/jeg.v8i1.2908>
- Putra, A. P., & Kuswanto, H. (2022). Pengaruh E-Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Awareness Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Beli Jasa Startup (Studi Kasus Grab). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 211–220. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i1.5925>
- Putrananda, I. E., & Agustin, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Persepsi Kualitas, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–19.
- Putri, D. L. S., Murniningsih, R., & Santosa, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Label Halal, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang. *Borobudur Management Review*, 2(2), 87–111. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.7006>
- Putri, N. W. A. P. A. Y., & Sharif, O. O. (2021). Pengaruh Influencer Terhadap Engagement, Expected Value dan Purchase Intention: Studi Pada Pelanggan Tokopedia. *E-Procedding of Management*, 8(4), 3228–3234.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36.
- Rahma, H., Fitriyah, Z., & Ariescy, R. R. (2025). Pengaruh Content Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 405–419. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jeej.v7i1.27117>
- Rahman, A., & Perdana, S. (2021). Analisis Perbaikan Kualitas Produk Carton Box di PT XYZ dengan metode DMAIC dan FMEA. *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 03(01), 33–37.

- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/joti.v3i1.9287>
- Rahmawati, F. D. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi dan Harga Terhadap Impluse Buying (Studi pada E-commerce Shopee). *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(2), 071–086. <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i2.3416>
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of brands: Teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek analisis kasus dengan SPSS*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. p. (2015). *Perilaku Organisasi* (12th ed.). Selemba Empat, 2015.
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82–89. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i2.354>
- Saputra, H. F. K., & Wedananta, K. A. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing , Kualitas Produk , dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Curlybcoffe Denpasar. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 6(1), 161–171. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jimek.v6i1.9386>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>
- Sari Umita, Y., Priyono, A. A., & Athia, I. (2020). Analisis E-Marketing, Effectiveness Of Advertising dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1725–1734.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th Ed). Prentice Hall.
- Schmitt, A., Gahr, A., Hermanns, N., Kulzer, B., Huber, J., & Haak, T. (2013). The Diabetes Self-Management Questionnaire (DSMQ): Development and evaluation of an instrument to assess diabetes self-care activities associated with glycaemic control. *Health and Quality of Life Outcomes*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/1477-7525-11-138>
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Sekarwangi, P. T. C., Prawira, S. A., & Permana, E. (2022). Strategi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 13(2a), 15–27. <https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.362>
- Sembiring, L. D., Indajang, K., Arshandy, E., Anastasia, J., Halim, F., & Sudirman, A. (2024). Development of a Digital Marketing Based Business Model at the Kurdut Garage Workshop in Pematangsiantar City. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 803–818. <https://doi.org/https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4413>
- Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari ECO Desa Sambung Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16), 138–155.
- Sidauruk, I. Y., Aqmala, E. D., Haziroh, A. L., & Ulfa, A. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing Dan Online Consumer Review Terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10523–10534.
- Strauss, J., & Frost, R. (2012). *E-Marketing*. Prentice Hall.
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182.
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., BR Kembaren, L., & Dwi Saiful Qhozi, M. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan*

- Akuntansi*, 1(6), 1641–1650. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.902>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)* (4th ed.). Alfabeta 2019.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku konsumen*. CV. Eureka Media Aksara.
- Sutardjo, S., Mandey, S. L., Ch, M., & Raintung, . . (2020). the Influence of Lifestyle, Word of Mouth and Endorsement on Purchasing Decisions At Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 90–99.
- Suyatno, A., & Yacob, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel Yang Dimediasi Oleh Manajemen Saluran Distribusi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 256–270. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.28366>
- Umah, G. M., Ikhwan, S., & Indriyani, A. (2024). Pengaruh Content Marketing dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian pada C offee Shop Galdina Kopi dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 564–576. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4426>
- Wiadi, I., Mudrika, S., Suharjo, D., -Azmy, A., & Deni, D. (2023). The Effect of Factors of E-marketing on Purchase Decision in MSME's snack product: A case study in PT. Saikho Indo Kreatif. *Management*, 27(1), 157–183. <https://doi.org/10.58691/man/172050>
- Wicaksono, E. K. A., & Nugraheni, K. S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Elmo Gelato. *Edunomika*, 08(03), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jie.v8i3.14717>
- Wijaya, I. W. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. *Values*, 1(3), 1–11.
- Winarni, E. widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (ed.)). Bumi Aksara, 2018.
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi penelitian : lengkap, praktis, dan mudah dipahami/V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan pe). Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.
- Wulandari, A., & Anwar, K. (2021). Analisis manajemen pemasaran pada aplikasi shopee dan tokopedia. *Transekonomika – Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 295–301. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.49>