

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, K. F. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 66–80.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Anindityai, W. (2021). Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Keputusan Membeli Produk Skincare Saat Pandemi. *Seminar Nasional Desain (SNADES)*. <https://repository.upnjatim.ac.id/2865/>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Armstrong, G & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson. <https://doi.org/736>
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Aulia, M. R., & Gilang Saraswati, T. (2023). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion Zara Di Kota Bandung The Influence Of Visual Merchandising On Consumer Purchasing Decisions On Zara Fashion Products In Bandung*. 10(5), 4120.
- Bagaskara, W. G., & Anasrulloh, M. (2023). Strategi Pemasaran Online (Digital Marketing) Guna Meningkatkan Penjualan Ikan Hias Cupang Di Sumde Cupang Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(7), 1653–1665. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.661>
- Barus, R. E. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Melawai Sun Plaza Medan. *Widya (Awl)*, 2(1), 1–12.
- Chaniago. (2021). *Manajemen Ritel dan Implementasinya*. Edukasi Riset Digital.
- Cici Dwi Tamara. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(2), 275–295. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i2.3044>
- Devi. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeuty Dalam Pembelian Produk Wardah. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*, 1–92.
- Etty Zuliawati Zed, Selvi Indriani, & Sefi Fefiana Wati. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 171–180.

<https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4740>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Goel, R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). An Empirical Study to Enquire the Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age with Reference to Indian Economy. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 4(25). [http://www.pertanika.upm.edu.my/resources/files/pertanika_papers/jssh_vol.%0A25\(4\)dec.2017/06jssh\(s\)-0503-2017-5thproof.pdf](http://www.pertanika.upm.edu.my/resources/files/pertanika_papers/jssh_vol.%0A25(4)dec.2017/06jssh(s)-0503-2017-5thproof.pdf)
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect of Trust and Risk Perceptions Using ECommerce on Consumer Purchase Intentions. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 1 (3), 239–247.
- Gunawan. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition* (Cetakan Pe). cv. Budi Utama.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (B. Nasution ed ; Pertama). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Imas Rosmiati, A. D. K. (2021). *Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada PT. Kunci Inti Transindo Jakarta*.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Unitomo Press.
- Ismanto & Pebruary. (2021). *Aplikasi SPSS dan Eviews dalam Analisis data Penelitian*. Deepublish.
- Kim. (2003). *College Students' Apparel Impulse Buying Behaviors in Relation to Visual Merchandising*. A Thesis Submitted To The Graduate Faculty of the University of Georgia.
- Kotler. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Koutchekian, G. (2012). Investigation the Relationship between Visual Merchandising and Customer Buying Decision Case Study; Isfahan Hypermakets. *Internasional Journal of Academic Research Iin Economics and Management Science*, 1(2).
- Kurniawan, A. A., Kristiawati, I., Utara, P., Surabaya, K., & Belakang, L. (2022). *Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans (Studi Pada Konsumen Sepatu Vans Di Kota Surabaya)*. 1–15.
- 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>
- Lucyantoro & Rachmansyah. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Ekonomika*45, 5.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/63>
- Maharani, R. W. (2022). Pengaruh Visual Merchandising dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Central Busana Pekanbaru. In *Skripsi thesis*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
[https://repository.uin-suska.ac.id/58727/2/File lengkap sampai lampiran kecuali hasil penelitian %28 Bab V dan atau Bab VI%29.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/58727/2/File%20lengkap%20sampai%20lampiran%20kecuali%20hasil%20penelitian%20Bab%20V%20dan%20atau%20Bab%20VI%20.pdf)
- Marketer. (2017). *Pengertian Digital Marketing, Kelebihan, dan Kelemahannya*. SEO Market Digital Marketing. <https://seomarket.id/pengertian-digitalmarketing-kelebihan-dan-kelemahannya/>
- Matthysz. (2016). *Visual Merchandising*. The Open University of Sri Lanka.
- Melati, F. R., Santosa, M., & Muhdiyanto, M. (2024). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Jiniso di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *UMMagelang Conference Series*, 152–162. <https://doi.org/10.31603/conference.11980>
- Muthiah, I. (2018). Pengaruh visual merchandising, display produk,dan store atmosphere terhadap perilaku impulsif konsumen Matahari Department Store di Kota Makassar. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*.
- Nugroho, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tono Motor di Kota Semarang. *Skripsi Thesis*, 75(17), 399–405.
- Pancaningrum. (2017). Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impulse. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1), 23–40.
- Pangestika. (2018). Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui. *Jurnal.Id*.
- Prayitno. (2022). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Purwana. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1, 1–17.
- Rudy, J. S. (2014). *Visual Merchandising Attraction*. PT. Gramedia Pustaka.
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23.

https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf

- Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *AL-DZAHAB Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(2). <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/al-dzahab/article/view/946>
- Sathyanarayana. (2018). An Analytical Study of the Effect of Inflation on Stock Market Returns. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences*, 13(02), 48–64.
- Sopiyan, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online Pipih Sopiyan mengubah perilaku masyarakat terutama sangat cepat terutama pada cara konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 193–205.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surya Putra. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel AA di Kecamatan Rambatan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- William. (2015). *Tujuan Umum Digital Marketing*. PT Kubus Inovasi Agranara. <https://www.skytreedgtl.com/insight/articles/tujuan-umum-digital-marketing>