

DAFTAR PUSTAKA

- Amanatus Solikhah, S., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 122–134. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.473>
- Azizah, R. C. N., Hendra, J., & Tumini, T. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Serum Wajah Implora (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Panca Marga). *JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i1.1526>
- Digital, D., Terhadap, M., Motor, P., Mobil, D. A. N., Pada, B., Rusdi, U., Pekanbaru, M., Imelia, A., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2023). *Skripsi Agnes Imelia*.
- Dody, S., Citra, S., & Syifa Pramudita, F. (2024). The Influence Of Online Promotions, Reference Groups, And Ease Of Use On Game Purchasing Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5755–5767. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 488–498. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Fandy Tjiptono. (2018). *Fandy Tjiptono. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi*.
[file:///D:/Users/Google/Downloads/1.+Artikel+Siti+Amanatus+Solikhah_IKIP+PGRI+Bojonegoro\(3\).pdf](file:///D:/Users/Google/Downloads/1.+Artikel+Siti+Amanatus+Solikhah_IKIP+PGRI+Bojonegoro(3).pdf)
- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungan Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. In *Penerbit Insania*.
- Ifah, E. N., & Ramadhani, R. (2024). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 657–667. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13772>
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (n.d.). *Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Indonesia: Erlangga*.
- Kotler, K. 2016. (2016). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Kusumo, A. T. (2022). *Analisa Variabel yang mempengaruhi kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan pada e-commerce shopee (studi kasus pelanggan shopee : mahasiswa manajemen stei rawamangun*

angkatan 2018). 12(2004), 6–25.

- Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*, 5(1).
<https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>
- Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Ekonomi, F., Kediri, U. N. P., Wom, A., Merek, C., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., & Pembelian, K. (2024). *Analisis wom, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko rendy*. 101–110.
- Mevia, M. F. A., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh digital marketing, media sosial Tiktok, dan harga terhadap keputusan pembelian produk minuman Vr Booster Collagen di kabupaten Jember. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jampk.v1i1.12>
- Najib, A. G. A., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(01), 171–180. [file:///D:/File Dadang/Jurnal/Jurnal Elly Joe/Referensi/145-Article Text-780-1-10-20220126.pdf](file:///D:/File%20Dadang/Jurnal/Jurnal%20Elly%20Joe/Referensi/145-Article%20Text-780-1-10-20220126.pdf)
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9 No. 4(4), 439–450.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Kualitas 3. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Putri, J. A. (2021). *Pengaruh Produk , Harga Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Generasi Millenial Dalam Pembelian Produk Kuliner Tradisional di Pasar Semawis Semarang*. 7(2).
- 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>
- Raharjo. (2016). *No Title*. <https://share.google/aHddSZaVzxxSHntcc>
- Ramadhan Aprian Aditama, R., Larasati, N., & Paramita Pratita, M. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. 35(2), 654–663. <https://ekonomi.republika.co.id>.
- Razak, M. I., Taan, H., & Niode, I. Y. (2024). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Awareness pada McDonald's Gorontalo. *CENDEKIA : Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah*, 1(6), 291–304. <https://doi.org/10.62335/9kzpkp07>
- Rezky, M., Tinneke, M., Tumbel, M., Kalangi, J. A. F., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Rizky Ega Firulla, A., Djoko Soeprajitno, E., & Wahyu Widodo. (2023). Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 2, 803–813.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3256>
- Saebah, N., & Zaenal Asikin, M. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534–1540. <https://doi.org/10.46799/jst.v3i11.649>
- Safitri, J., & Khasanah, A. U. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab. *Ajie*, 07, 5–13.
<https://doi.org/10.20885/ajie.vol7.iss1.art2>

- Setiyana, Yusi, S. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer Cm Jaya Kota Rembang). *Prosiding SENDI_U*, 476–483.
- Sovita, I., & Rosa, M. L. (2022). Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 418–431.
- Studi, P., Feb, M., Kediri, U. N. P., Yunita, S. E., Puspasari, I. D., Paramitha, D. A., Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2024). *PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK , CELEBRITY ENDORSER TERHADAP*. 3, 308–318.
- Sugiyono. (2016). *No Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung: CV. Alfabeta. Title .*
- Sugiyono. (2018). *Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung No Title.*
- Tjiptono, F. (2018). *Tjiptono, F. (2018). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.*
- Ummah, M. S. (2019). buku digital marketing. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI