

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Ambiapuri, E., Setiadi, H., & Parwitasari, N. A. (2023). *Inovasi Produk dan Digital Marketing dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Teras Soreang Kabupaten Bandung*.
- Anwar, K. (2021). *Pengaruh Digital dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Dealer Yamaha PT. Permata Motor Karawang)*.
- Assidiq, A. M., Oktaviani, D., & Sandhi, R. A. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedicine*.
- Bahri, M., Hidayati, N., & Pardiman. (2021). *Pengaruh Brand Image, Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Ayam Nyungsep Kecamatan Dau Kabupaten Malang*.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snack Malang*.
- Dar, D. T. M., & Tariq, N. (2021). *Footprints of Digital Marketing on Customers' Purchase Decisions*.
- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia)*.
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Melania, C. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi*. 24(3).
- Fauzi, L. N., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian(Survei pada Konsumen UMKM Habib Collection Kabupaten Tasikmalaya)*.
- Fillayata, V. E., & Mukaram. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung)*.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & F.Tamengkel, L. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon*

*Amurang*. 2(1).

- Gustiawan, W. D., & Rahayu, B. (2023). *Strategi Digital Marketing untuk Mencapai Pasar Nasional UMKM “Kripik Farel.”*
- Hamid, M., Sufi, I., & Konadi, W. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama* (Pertama).
- Handayani, P. P., & Wahyuningsih, T. H. (2022a). *Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Produk, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Yog.*
- Handayani, P. P., & Wahyuningsih, T. H. (2022b). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA PRODUK, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN DI YOGYAKARTA PADA MASA PANDEMI COVID-19 Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Produk, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Yog.*
- Haudi, Wijoyo, H., & Cahyono, Y. (2020). *Effect Of Product Innovation And Marketing Strategy On Consumer Purchase Decisions In Indonesia’s Lightweight Roof Steel Industry.*
- Herawati, & Putra, A. S. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic.*
- Hidayah, M. A., Hasanah, K., & Apriyanti. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 4.
- Huda, N. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar.*
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia.*
- Indiani, N. L., Sudiartini, N. W. A., & Utami, N. K. A. T. (2022). *Pengaruh Brand Image, Awareness dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing pada Produk Dupa Harum Grosir.*
- Indriany, Y., Hastuti, S., & P.V, D. I. (2022). *Analisis Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Makanan Online.*
- Karla, E., Stevianus, & Santoso, M. (2023). *Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee.*
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online shop Instagram @ KpopConnection*. 10(1).

- Mardian, I., & Nurliati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(1), 78–92. <https://doi.org/10.26460/md.v5i1.9651>
- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT, Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. 7(1).
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2).
- Novitri, A., & Realize. (2023). *Pengaruh Desain Produk, Brand Image, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Vitamin Xon-Ce di Apotek Jasmine*.
- Onsardi, Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati. (2022). *Dampak Digital Marketing, Brand Image, dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu*. 5(2).
- Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram*.
- Ramadhan, M. M., Dr. Subagyo, M. ., & Ema Nurzainul Hakimah, M. . (2022). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Brand Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kaos Gapplek Kediri*.
- Rifai, A. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In A. Rifai (Ed.), *Suka Press* (Cetakan Pe). Suka Press.
- Romadlon, A., Marlien, R. ., & Widayarsi, S. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi pada Akun Instagram Kawaii Coklat)*.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). *Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee*.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07*. 1(3).
- Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian* (T. Koryati (ed.); Edisi 1). KBM Indonesia.
- Saragih, M. D., Pauzy, D. M., & Sutrisna, A. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen*

- Samudra Resto & Cafe Kota Tasikmalaya*). 1(10).
- Sari, I., Idris, M., & D, S. (2020). *Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, Word Of Mouth dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Homemade di Kota Makassar*.
- Setiadi, Y. W. (2021). *Pengaruh Marketing Online dan E Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. 2.
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). *The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car*.
- Sopiyan, P. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 13(2).
- Suryahadi, Am., Mulyana, H. D., Abdullah, Y., & Mandira, I. M. C. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Price, Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada UMKM ekonomi kreatif subsektor fashion di Tasikmalaya)*.
- Vivian, S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. 12(1).