

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah, S. N., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ambiapuri, E., Setiadi, H., & Parwitasari, N. A. (2023). Inovasi Produk dan Digital Marketing dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Teras Soreang Kabupaten Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 541–545.
- Anggraeni, R. F., & Aminah, S. (2024). Pengaruh E-WOM dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Revlon di Kabupaten Jombang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1861–1869.
- Anwar, A., Suhadarliyah, S., Mariana, M., Rahmawati, C. H. T., Amelia, D., Fariantin, E., Murjana, I. M., Faisol, F., Sushardi, S., & Gunawan, C. (2023). *Kewirausahaan Berbasis UMKM*. SEVAL Literindo Kreasi.
- APJII. (2020). *Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020*. <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- Apriliawati, I. P., Arlita, E., Erlinda, K. H., & Rahadhini, M. D. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Kualitas Produk Point Coffe Kota Surakarta. *Jurnal EMA*, 9(1), 75–84.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*.
- Astuti, S. W., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2024). PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA PRODUK SKINTIFIC DI YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(03), 845–858.
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. mcgraw-hill.
- Budiono, A. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital*

Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. Universitas Sumatera Utara.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Dekanawati, V., Astriawati, N., Setiyantara, Y., Subekti, J., & Kirana, A. F. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan diklat kepabeanan terhadap kepuasan peserta pelatihan. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, 23(2), 159–176.
- Dewi, D. P. M., & Kusyana, D. N. B. (2022). Peran Promosi dan Citra Merek dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1072–1083.
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Ardiansyah, M. J. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Alfamart. *Economos: Jurnal Ekonomi Dana Bisnis*, 5(2), 125–131.
- Fahmi, M., Lesmana, M. T., & Prayogi, M. A. (2024). Mediasi customer engagement behavior: digital marketing dan kualitas makanan guna mencapai kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 25(1), 39–58.
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: a guide for non-statisticians. *International journal of endocrinology and metabolism*, 10(2), 486.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Universitas Diponegoro.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi_strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144–1149.
- Herawati, S., & Halim, P. A. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kitchen Set di PT. Niaga Sarae Intermedia. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 12(2), 7.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, harga dan brand awareness (Studi kasus produk teh botol sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Swot*, 7(3), 523–541.

- Ilmi, S. H., Harianto, E., Mas'ud, R., & Azizurrohman, M. (2023). DOES DIGITAL MARKETING BASED ON BRAND IMAGE AND BRAND TRUST AFFECT PURCHASE DECISIONS IN THE FASHION INDUSTRY 4.0? *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 553–566.
- Isaac, S., & Michael, W. B. (1995). *Handbook in research and evaluation: A collection of principles, methods, and strategies useful in the planning, design, and evaluation of studies in education and the behavioral sciences*. Edits publishers.
- Kaur, K., & Gupta, S. (2023). Towards dissemination, detection and combating misinformation on social media: a literature review. *Journal of business & industrial marketing*, 38(8), 1656–1674.
- Khamimah, W. (2021). Peran kewirausahaan dalam memajukan perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 228–240.
- Kosasih, A. (2009). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Prima di Perpustakaan*. Universitas Negeri Malang.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 J). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. (S. Wall & D. Petrino, Eds.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran*. Gramedia.
- Kotler, P., Keller, K., Manceau, D., & Hemonnet-Goujot, A. (2019). *Marketing Management (16 édition)*.
- Kurniawan, A., & Ridlo, M. R. (2017). Perilaku konsumtif remaja penikmat warung kopi. *Dilema*, 32(1), 9–22.
- Maulida, M. R. (2025). Determinan Faktor Minat Beli Produk Aerostreet. *Journal Scientific of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955| p-ISSN 2809-0543*, 6(8), 3314–3326.
- Mulyadi, M., Hariyadi, H., Hakim, L. N., Achmad, M., Syafri, W., Purwoko, D., Supendi, S., & Muksin, M. (2023). The role of digital marketing, word of mouth (WoM) and service quality on purchasing decisions of online shop products. *International Journal of Data & Network Science*, 7(3).
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Surabaya.
- Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh harga, citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi bagi ibu milenial. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 8(3),

- Putri, A. A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 226–236.
- Putri, S. H. D. E., & Saputra, A. (2023). Pengaruh citra merek, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pixy two way cake di kota batam. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(2), 60–71.
- Rahmad, M., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2023). Menciptakan Kepuasan Konsumen Pada Jasa Servis Motor Berdasarkan Persepsi Pelanggan Bengkel Sugeng Jaya Motor. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 2, 1–11.
- Raturandang, V. E. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 620–631.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Saragih, L., Tarigan, W. J., & Saragih, M. K. J. (2022). Pemanfaatan Digital Content TikTok dan Buku Kas Berbasis Android bagi UMKM Anggota Cu Hatirongga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 2(2), 25–40.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). Consumer decision making and beyond. In *Consumer behavior*.
- Silaban, S. D. (2020). PENGARUH KUALITAS, LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT. PUTERA KARYASINDO PRAKARSA. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 75–84.
- Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 24–38.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sumadi, S., Hidayat, A. C., & Sutanto, A. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Wonosobo Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1061–1075.
- Supriadi, Y. N., Ariefiara, D., Desmintari, D., & Ahman, E. (2021). Membangun

Citra Merek Perusahaan Dan Kualitas Produk dalam Memediasi Pengaruh e-WOM Pada Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 311–330.

Suryabrata, S. (2003). *Metode Penelitian Jakarta*. Rajawali Press. Suryabrat, Sumadi.

Tauhid, Soraya, Kamaluddin, & Syamsuddin. (n.d.). *Strategi Cerdas dalam Pengembangan, Inovasi, dan Perubahan Organisasi*. Lakeisha.

Tehuayo, E. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e*, 2(2).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Wangdra, Y. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Prima Labeling. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah* ..., 5–6.
https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/5016

Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian coffe shop komunal. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9(2), 119–136.

Zamora, R. (2023). *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Absolute Media.