

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzi, Shifa Ashila Salwa, Aniar Safitri, Eka Amelia Chiesa Julianti, & Sindy Nur Fazriyah. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.409>
- Ady Prasetyo. (2023). *Inilah 7 Rekomendasi Sepatu Aerostreet Putih Terbaik dengan Harga Murah Tapi Kualitas Tak Murahan*. Radarpekalongan.Id. <https://radarpekalongan.id/2023/06/13/rekomendasi-sepatu-aerostreet-putih/>
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(12), 14–24. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- Aprilyani, S., Ali, H., Sawitri, N. N., & Silalahi, E. E. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc pada Generasi Z Melalui Minat Beli di E-Commerce Shopee*. 2(3), 162–175. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v2i3.229>
- Awa, Palahudin, Naila Sya'diah, C. Z., & Fauziah, N. R. (2024). Keberhasilan Usaha Berdasarkan Digital Marketing, Kreativitas, dan Inovasi pada UMKM Konveksi di Kabupaten Bogor. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 7813–7830. <https://doi.org/10.31004/inovatif.v4i2.10237>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Baronah, Yoebrilanti, A., & Nurhayani. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen (JAKMEN)*, 2(2), 87–98. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/Jakmen/article/view/7526>. <https://doi.org/10.30656/jakmen.v2i2.7526>

- Dianka. (2020). *Indonesia Footwear Network, Jejaring Penjualan Sepatu Sneakers Asli RI*. Trenasia. <https://www.trenasia.com/indonesia-footwear-network-jejaring-penjualan-sepatu-sneakers-asli-ri>
- 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>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 10. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Author, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(4), 159–172. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> <https://doi.org/10.38035/jsmd.v1i4.76>
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i1.4428>
- Huntehu, R., Hafid, R., Hasiru, R., Panigoro, M., & Maruwae, A. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Dahlia Padebuolo Kota Timur Kota Gorontalo. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 4, 10853–10865. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i1.4428>
- Jalpani. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scommer.Co Di Kota Metro Ardiansyah. *Detikproperti*, 3(4), 119–121. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v3i4.2593>
- Jaya, D. A., Ogi, I. W. J., & Palandeng, I. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Etsuko Kitchen

- Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 1425–1434. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52434>
- Lasabuda, G. P., & Mangantar, M. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2017-2020. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 337. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40256>
- Leni. (2020). Sistem Pembayaran Elektronik. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 30. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/326855-digital-marketing-d5d38194.pdf>
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction of. *JECMA (Journal Economics and Management)*, 03(01), 1–9. <https://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/513/313>. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Mikrad, M., Budi, A., & Fitriana, A. I. (2022). Perkembangan Umkm Dengan Financial Technology Dan Digital Marketing Sebagai Variabel Prediktor. *Digital Business Journal*, 1(1), 14. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6599>
- Nandha Puspita, Rani Rani, & Purwatiningsih Purwatiningsih. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo di Jakarta. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 267–279. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.176>
- Naomi Maktita, H. P. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Skincare Lokal Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Naomi. *Sosialita*, 2(4), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i4.1413>
- Novita, Y. (2024). *Pengaruh E-Commerce , Digital Marketing , Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial*. 10(5), 3004–3011. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i5.3107>
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk Dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739. <https://doi.org/10.55681/ekonomi.v2i10.896>

- Sari, P. N., Dumadi, & Harini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4776–4788. <https://doi.org/10.30656/jumpa.v2i2.7420>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>. <https://doi.org/10.35794/bsi.v11i3.49578>
- Simbolon, L. V. J., & Waty, L. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Minat Beli Pelanggan Restoran Cepat Saji D’besto Di Parongpong Bandung Barat. *Innovative : Journal Of Social Science Research*, 4, 5390–5403. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/9845>. <https://doi.org/10.572349/innovative.v2i3.724>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. <https://id.scribd.com/document/688009736/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-R-D-Prof-Dr-Sugiyono-2017>
- Tambuna, E., & Laia, Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Brastagi Supermarket Gatot Subroto Kota Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 8(2), 45–56. <https://doi.org/10.51544/jmm.v8i2.5286>
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Ubaidillah, M. (2024). *Strategi dan Inovasi Aerostreet Bersaing di Industri Sepatu Nasional*. Swa. <https://swa.co.id/read/448845/strategi-dan-inovasi-aerostreet-bersaing-di-industri-sepatu-nasional>
- Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja

Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/Jekma.V2i1.472>

Wahidalia, P. K., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Holistic Journal of Management Research*, 3(12), 2343–2350. <http://journal.ubb.ac.id/index.php/holistic/index><http://journal.ubb.ac.id/index.php/holistic/management>. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i4.4049>

