

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ardiansyah, I., Wijayanti, M., & Kurniawan, D. (2024). Pengaruh Citra Merek , Harga , Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2020). *Jurna Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 325–333. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2300>
- Arfah, yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Aryanto, V. (2020). *marketing digital*. Pt Kanisius.
- Dharmanto, A. & I. D. (2022). Implementasi Strategi Promosi Dan Digital Marketing Melalui Instagram Dalam Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Saat Pandemi Covid 19 Di Ifootball Store Kota Bekasi. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 11(1), 1–1.
- Fadilla Rindiani, Heni Melani Putri, Nur Rhositawati, & Carmidah Carmidah. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 01–14. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i2.711>
- Fanlikhin, E. (2019). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen Kerupuk Seblak Queenrawit di Kota Metro). In *Pdfcoke.Com* (Vol. 2). Retrieved from <https://pdfcoke.com/documents/skripsi-tanpa-bab-pembahasanpdf-9o8886edy8or>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. https://www.researchgate.net/publication/331546937_PEMASARAN_JASA_Strategi_Mengukur_Kepuasan_Dan_Loyalitas_Pelanggan
- Febrian, R., Nursal, M., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Sosial Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 820–829. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.2282>.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 Edisi 9*.
- Idris, F. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia*. 131. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19968>

- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Lestari, fajar dini, & Azizah, nur jihan. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Meita Fitriani. (2023). *Dampak brand image, brand awareness dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mixue di summarecon bekasi*. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.832>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Mubarak, M. F., Basalamah, S., & K, A. P. H. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Makassar. *Journal of Management, Volume 7*(Issue 1), 279–292. Retrieved from file:///C:/Users/acer/Downloads/pdf
- Muhammad, syaifuddin Z. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Konsumen Pada Kafe Nyejuk Di Perumahan Grand Permata Ajung Jember Skripsi*.
- Poluan, J., Karuntu, M. M., & Samadi, R. L. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Tradisional (Studi Pada Konsumen Gen Z Di Kota Tomohon). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 119–127. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.54288>
- Putra, A., & Heryenzus, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Trimas Mitra Perkasa. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 991. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.535>
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Ramadhan et al. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. 35(2), 163–171. Retrieved From <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>

- Ridwan, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Cammerce Tokopedia. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Viii(I), 1–19 <http://repository.uhamka.ac.id/id/eprint/29529>.
- Rizti, F. (2024). Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024. Retrieved from Goodstats website: <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sartika, R. D. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Media Digital untuk Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kerajinan Tangan*. Retrieved from <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/8580%0A>
- Styowati, C. Y., & Dwiridotjahjono, J. (2023). The Influence Of Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, And Sales Promotion On Impulse Buying Of Sociolla Users In Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1353–1361. Retrieved from <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumirna, R., Sumar, S., & Wahyudin, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Pangkalpinang. *Holistic Journal of Management Research*, 8(2), 38–43. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v8i2.4473>
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia). *Prologia*, 2(2), 531. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3740>

<https://iprice.co.id> diakses tanggal 22 Oktober 2024

<https://www.top-brand-index> diakses tanggal 28 Oktober 2024