

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Legiyanto *et al.* (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar', *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), pp. 190–196. Available at: <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i2.407>.
- Afandi, A. *et al.* (2021) 'Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z', *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), p. 15. Available at: <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>.
- Afidatur Ro'azah (2021) 'Manajemen Pemasaran', *Bab II Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), pp. 6–25.
- Arifiyanto, M. and Kholidah, N. (2021) 'Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server', *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), pp. 697–706. Available at: <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>.
- Diem, D.A.R. (1990) 'Analisis Strategi Desain Produk Dan Jasa (Studi Kasus: Pt. SSK)', pp. 7–12.
- Dono Saputro, P. (2020) 'Pemanfaatan E-Commerce Business To Consumer (B2C) Marketplace Untuk Pengembangan Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Umkh)', *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.35891/jkie.v7i1.2092>.
- Firman, A. (2022) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah', *Jesya*, 5(2), pp. 1549–1562. Available at: <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>.
- Khansa, R. *et al.* (2023) 'Analisis Digital Marketing terhadap Penjualan UMKM Seblak Teh Betty', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), pp. 30369–30375.
- Lestari, P. and Saifuddin, M. (2020) 'Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi

- Covid'19', *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), pp. 23–31.
Available at: <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>.
- Luthfiyatillah, L. *et al.* (2020) 'Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian', *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), pp. 101–115. Available at: <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>.
- Martadinata, A.T. and Zaliman, I. (2021) 'Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi E-Commerce dengan menggunakan Content Management System (CMS), WooCommerce dan Xendit Pada Koperasi Universitas Bina Insan', *Sigmata: Jurnal Manajemen dan Informatika*, 9(1), pp. 16–21.
- Mendrofa, C.P. (2020) 'Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Kendaraan Merek Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), pp. 1048–1061.
- Octavia Isroisholikhah, W. (2022) 'Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital', *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(1), pp. 121–128. Available at: <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>.
- Plani, S.N.J., Moenardy, K.K. and Mesakh, A.B. (2021) 'PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Pada Pelanggan PT. Lejel Shopping Cabang Kupang)', 13(2), pp. 67–76.
- Prianka, S. *et al.* (no date) 'SOSIALISASI PEMASARAN DIGITAL PADA PELAKU UMKM', 2(1), pp. 2776–2781.
- Purwanto, A., Isnawati, S.I. and Ramadhani, N.L. (2022) 'Pengembangan Usaha Bisnis Retail Modern Pada Toko Pakaian Kedjora Grosir', *Jurnal Bakti Humaniora*, II(1), pp. 29–37. Available at: <https://jurnal.unw.ac.id/index.php/jbm/article/view/1744%0Ahttp://jurnal.unw.ac.id/index.php/jbm/article/download/1744/1117>.
- Soraya, Z. (2019) *Pengaruh Kepuasan Kerja. Kecerdasan Emosional. Dan Iklim*

Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening Di PT. Jember Vision, Skripsi Tidak Dipublikasikan.

Available at:

<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/100791%0Ahttps://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/100791/Zaima%28140810201204%29%23.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Syahputra, R. (2019) 'Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), pp. 83–88. Available at: <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>.

Aditya Legiyanto *et al.* (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar', *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), pp. 190–196. Available at: <https://doi.org/10.57178/paradoks.v5i2.407>.

Afandi, A. *et al.* (2021) 'Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z', *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1), p. 15. Available at: <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>.

Afidatur Ro'azah (2021) 'Manajemen Pemasaran', *Bab II Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), pp. 6–25.

Arifiyanto, M. and Kholidah, N. (2021) 'Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server', *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), pp. 697–706. Available at: <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>.

Diem, D.A.R. (1990) 'Analisis Strategi Desain Produk Dan Jasa (Studi Kasus: Pt. SSK)', pp. 7–12.

Dono Saputro, P. (2020) 'Pemanfaatan E-Commerce Business To Consumer (B2C) Marketplace Untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh)', *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.35891/jkie.v7i1.2092>.

Firman, A. (2022) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah', *Jesya*, 5(2), pp. 1549–1562. Available at: <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>.

Khansa, R. *et al.* (2023) 'Analisis Digital Marketing terhadap Penjualan UMKM Seblak Teh Betty', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), pp. 30369–30375.

Lestari, P. and Saifuddin, M. (2020) 'Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam

- Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19', *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), pp. 23–31. Available at: <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>.
- Luthfiyatillah, L. *et al.* (2020) 'Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian', *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), pp. 101–115. Available at: <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>.
- Martadinata, A.T. and Zaliman, I. (2021) 'Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi E-Commerce dengan menggunakan Content Management System (CMS), WooCommerce dan Xendit Pada Koperasi Universitas Bina Insan', *Sigmata: Jurnal Manajemen dan Informatika*, 9(1), pp. 16–21.
- Mendrofa, C.P. (2020) 'Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Kendaraan Merek Honda di PT. Kencana Mulia Abadi Gunungsitoli', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), pp. 1048–1061.
- Octavia Isroisholikhah, W. (2022) 'Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital', *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(1), pp. 121–128. Available at: <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>.
- Plani, S.N.J., Moenardy, K.K. and Mesakh, A.B. (2021) 'PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Pada Pelanggan PT. Lejel Shopping Cabang Kupang)', 13(2), pp. 67–76.
- Prianka, S. *et al.* (no date) 'SOSIALISASI PEMASARAN DIGITAL PADA PELAKU UMKM', 2(1), pp. 2776–2781.
- Purwanto, A., Isnawati, S.I. and Ramadhani, N.L. (2022) 'Pengembangan Usaha Bisnis Retail Modern Pada Toko Pakaian Kedjora Grosir', *Jurnal Bakti Humaniora*, II(1), pp. 29–37. Available at: <https://jurnal.unw.ac.id/index.php/jbm/article/view/1744%0Ahttp://jurnal.unw.ac.id/index.php/jbm/article/download/1744/1117>.
- Soraya, Z. (2019) *Pengaruh Kepuasan Kerja. Kecerdasan Emosional. Dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening Di PT. Jember Vision, Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Available at: <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/100791%0Ahttps://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/100791/Zaima%28140810201204%29%23.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Soraya
- Syahputra, R. (2019) 'Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), pp. 83–88. Available at: <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>.