

### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, no. 2, pp. 179– 211, 1991, doi: 10.15288/jsad.2011.72.322.
- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kedai Kopi S. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 21-30.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2)
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 367-378.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Herlissha, N., & Fitari, T. (2021). Pengaruh Digital marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 9(2), 47-59.
- Kautsar, M., Dida, S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap kepuasan publik Scarlett Whitening. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 167-183.
- Kotler , Philip & Keller (2017). "Manajemen Pemasaran". Jilid 2. Edisi Milenium". Jakarta: Prenhalindo , Terjemahan Teguh dan Rusli , h.204
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller .(2016). *Marketing Management*. Edisi 13. Jilid 2. Edition : Pearson Prentice
- Kotler, P and G. Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited. New Jersey
- Kotler, Philip dan Gary amstrong. 2018. *Principle of marketing*. Edisi 15 global edition. pearson
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.

- Lifani, S., Ulfah, M., & Kusumadewi, R. (2022). Pengaruh *Digital marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Usaha Siwang Nounna Saritie Kabupaten Indramayu. *Hawalalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 83-92.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126.
- Megasari, K. N. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Oleh Beauty Vlogger Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Lipstik Maybelline Di Kota Singaraja (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Murjani, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Cross-border*, 5(1), 687-713.
- Nasution, M. Nur. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia
- Olivia, M., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Digital marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ms Glow Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Penelitian Manajemen*, 11(06).
- Onkanuari, A., & Suryana, H. P. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA MAYOUTFIT BANDUNG (Survei Pada Konsumen Mayoutfit Gegerkalong Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung).
- Pangkley, F.M., Furkan, L.M., & Mulyono, L. E. H. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence 126 dan *Digital marketing* terhadap Minat Beli Konsumen. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(3), 258-269
- Pulungan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan) (Doctoral Dissertation, Iain Padangsidempuan).
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136-147.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). The Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business & Organization*, 3(2), 20-31.
- Raga, H. E., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh *Digital marketing*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values*, 2(2).

- Rahardjo, N. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan *Digital marketing* Pt Prudential Life Assurance Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 20.
- Riadi, M. (2020, February 20). Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif Dan Tingkatan. Retrieved From Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh *Digital marketing*, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat).
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Sarafino, E. P., Timothy W. Smith. 2011. *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions*, 7th edition. Amerika Serikat: John Wiley & Sons, Inc
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- SUDARSO, A., SURYATI, L., SYARIF, S. H., & AISAH, S. (2022). PENGARUH HARGA, LOKASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *JURNAL ILMIAH SIMANTEK*, 6(3), 67-75.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Parametrik Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tengker, K., Laloan, C., & Pandowo, A. (2022). Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Bintang Internasional. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2015): *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta Andi.
- Valentino, L. F., Nurhajati, & Wahono, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Ayam Rocket Chicken Di Lamongan). *E – Jurnal Penelitian Manajemen*, 10(17), 109–121.
- Virgioni, D., Manullang, R. R., & Panjaitan, F. (2020). Analisis Pengaruh Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Periklanan;

Studi Kasus Pada Pt. Tommino Inti Prima Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 7(2), 83-92.

Werry, F. A. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yang Membeli Sepatu Merek Lokal Pada Aplikasi Jual Beli Online Dan Sosial Media). In Universitas Sanatan Dharma (Vol. 3, Issue 1).

Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022). Pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(2), 486-492.

