

DAFTAR RUJUKAN

- Gibson, J.L., dkk. 1984. *Organisasi dan Manajemen: Perilaku, Struktur dan Proses. Edisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hardiansyah. 2011. *Digital Marketing Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hutasoit, A. H., dkk. 2020. "Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan". *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 3, (hlm. 474–481).
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Japlani, A., dkk. 2020. "Pengaruh *Digital Marketing*, *Kualitas Produk* Terhadap Minat Beli Pada Cabang Bmt Fajar Metro Pusat". *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Volume 3, (hlm. 67–85).
- Karwur, H. S. L., dkk. 2022. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan *Kualitas Produk* terhadap Minat Beli PT. Pegadaian IPC Tumpaan di Desa Pinamorongan". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Volume 10, (hlm. 1718–1727).
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan K.L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan K.L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia jilid satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Mandiri, A., dkk. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Kualitas Produk* Terhadap Minat Beli Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo)". *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, Volume 8, (hlm. 1423–1430).

- McKnight, D., dkk. 2002. "The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model". *The journal of strategic information systems*, Volume 11, (hlm. 297-323).
- Mowen, John C dan Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh artificial intelligence dan digital marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(3), 21-25.
- Parasuraman, A., dkk. 1998. "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Volume 64, (hlm. 265-278).
- Parasuraman. A., dkk. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Volume 64, (hlm. 12-37).
- 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).
- Robbins, Stephen P dan A. Timothy. 2013. *Organizational Behavior Terjemahan Ratna Saraswati dan Fabriella Sirait Edition 16*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, impulse buying dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone merek OPPO di kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 233-247.
- Sadiyah, K., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ASURANSI PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE Cabang Sukun, Jln. Simp Sukun, Malang. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(3), 163-169.
- Safitri, S., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2022). the Effect of Digital Marketing and Product Quality on Consumer Purchase Interest in the Marketplace Shopee During Pandemic. *Journal of Business Studies and Management Review*, 5(2), 303-311.

- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48-61.
- Satriady, A. 2022. "Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Kualitas Produk* Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Volume 1, (hlm. 1–18).
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prentice Hall.
- Sinurat, M., Heikal, M., Simanjuntak, A., Siahaan, R., & Ilham, R. N. (2021). Product Quality On Consumer Purchase Interest With Customer Satisfaction As A Variable Intervening In Black Online Store High Click Market: Case Study on Customers of the Tebing Tinggi Black Market Online Store. *Morfai Journal*, 1(1), 13-21.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: Andy.
- Valentino, L. F., Nurhajati, N., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Ayam Rocket Chicken Di Lamongan). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(17).

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.

Zulfikar, T., Aprianti, I., & Rachmawati, E. (2022). Digital Marketing and Brand Image To Increase Consumer Purchase Interest. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik (JMIL)*, 6(1), 21-29. Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegor.

