

DAFTAR PUSTAKA

- Adani.M.R. (2020). Strategi dan manfaat digital marketing untuk Mempromosikan Bisnis. *Situs Web Sekawan Media*.
- Afina yasmin,sadia tasnen, K. . (2020). *Strategi pemasaran melalui digital marketing pada PT.Vitapharm.Mini Riser,Universitas Islam Indonesia*. 1–19.
- aftika sonia, K. . (2020). pengaruh rating review belanja dishoopee terhadap minat beli. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 33(2), 141–149.
- Akbar, F. M. A., Rosidta, A., & Lazuardi, A. (2024). PENGEMBANGAN MODEL PEMBIAYAAN SYARIAH UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM). *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 29–38.
- Albi, K. (2020). Pengaruh pemasaran digital dan suasana toko terhadap minat beli dikedai kopi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3, 21–30.
- Alfina yulianti suprayogi. (2022). *pengaruh digital marketing, perceived value dan kepuasan terhadap minat beli ulang skincare Ms Glow di kota Denpasar*.
- Amstrong, K. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta*. 16(52), 1–23.
- Arinawaty. (2021). *Penataan produk (C3)kompetensi keahlian daring dan pemasaran ,penerbit Grasindo:jakarta*.
- Aryani. (2021). Analisis Digital Marketing pada hotel kila dikabupatenLombok Barat terhadap kepuasan konsumen. *Visionary*, 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Ayutulloh michael musyafi,Hera Khairunnisa, dan D. K. R. (2021). *Konsep Dasar tructural Equation Model Partial Least Square(SEM-PLS)menggunakan Smart PLS*. 10–11.
- Cesariane. (2022). Model keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marjetplace:Kulitas produk Dan Kualitas Pelayanan. *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 211–224. <https://doi.org/Org/10.38035/Jmpis.V3i1.867>
- Charly, meymunah A. W. S. dan. (2020). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan

- Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Fernando, Yusra, N. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'poll dikota Padang. *Jurnal Pundi*, 3, 161.
- Fishendra. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu kliri Coffe And Space Semarang. *Visi Manajemen*, 66–73. <https://doi.org/org/10.56910/jvm.V8i1.199>
- Franycia maria, D. (2019). Pengaruh Artifial Intelligence dan Digital Marketing terhadap Minta Beli Konsumen . *Magister Manajemen Universitas Mataram*, 8, 258–269.
- Gogi kurniawa. (2020). Perilaku konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce. *Mitra Abisatya*.
- Gozali. (2021). *Desain peneitian kuantitatif dan kualitatif untuk Akuntansi ,Bisnis,dan ilmu sosial lainnya,Semarang*.
- Gunawan, B.G., W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk ,Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(172–177).
- Habsari. (2023). Pengembangan Usaha Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB) Produsen Tape Di Desa Kramatagung Probolinggo. *ENGAGEMENT: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2Usaha tap*(1), 9–21. <https://doi.org/10.58355/engagement.v2i1.13>
- Hair,j.f.,Hult,G.T.M.,Ringle,C.M.,Sarstedt,M.,Danks,N.P.,& Ray, S. (201 C.E.). *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Handayani, T.,& Fathonni, M. A. (2019). *Buku ajar pemasaran islam .CV budi Utama*.
- Hawa SD, A. M. (2023). Pengaruh penetrian Pricing Dan Peningkatan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mi Konyol Bumiaayu. *Inprosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 2, 18–37.
- Herawati,A., et al. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(3), 78–79.

- Irawati, Z., & Setiawan, D. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.517>
- Irfany, M.I., Khairunnisa, Y. and Tieman, M. (203 C.E.). Factors influencing Muslim Generation Z consumers' purchase intention of environmentally friendly halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*,. <https://doi.org/org/10.1108/JIMA-07-2022-0202>
- Keller, K. &. (2021). pengertian kualitas produk. In 2.1.
- Komang Sudiarta. (2023). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan cita rasa terhadap minat beli kembali konsumen pada pondok kopi penglipuran Bangli. *Eprints.Unmas .Ac.Id*, 3 (3).
- Kusumaningrum, F. D., & Supradewi, R. (2019). Pengaruh warna cangkir terhadap persepsi cita rasa minuman kopi pada mahasiswa angkatan 2018 fakultas psikologi universitas islam sultan agung semarang. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:30). (2022). *pengertian kualitas produk dan pemasaran*. 16(1), 1–23.
- Maino,H.,Rahman,A.,dan Sukanto, R. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk fashion. *Manajemen Bisnis*, 14(1), 1–12.
- mardia, et al. (2021). *strategi pemasaran medan : yayasan kita menulis*.
- Maretha, P. (2023). *Pengaruh Digital Marketing , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Seblak Door Saira Cabang Kayen Kabupaten Pati*. November, 1384–1391.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh keragaman produk, cita rasa dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143–149.
- Meryawan,I.W.,Agung,I.D.,Eka,A.,Ayu,I., Lisa,K., Ekonomi,F., & Ngurah, U. (2023). *Peran penting cita rasa dan kualitas produk dalam membangun minat beli konsumen UMKM kacang merah wira bajing klungkung*. 9(1), 45–

56.

- moko & wahdiyat. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kinerja pelanggan. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Muzdalifa. (2019). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Hisana Fried Universitas di Kota Makassar. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Nastiti, D. . (2021). Pengaruh Cita Rasa, Store Atmospher dan celebrity Endorsmen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus direstoran Rosckstar Audos, Jawa timur. *Repository STEI Jakarta*, 1–18.
- Nico Rifanto Halim, D. A. I. (2019). pengaruh kualitas produk, Harga dan persaingan terhadap minat beli. *Riset Mnajemen Dan Bisnis*, 4.
- novita herlissha, tiara fitari. (2021). *Pengaruh digital marketing, kepercayaan konsumen dan kualitas produk terhadap minat beli di era pandemi covid 10*. 09(02). <https://doi.org/10.33019/equity.v9i2.64>
- Prasasti & Maisara. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Manajemen Sumber Daya Manusia , Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–188.
- Pratiwi, B. M., & Mahfudz. (2021). Pengaruh dukungan selebriti, konten iklan, dan ulasan online terhadap keputusan pembelian produk pakaian dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management*, 10(6).
- Purba. (2019). Analisis Faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan kepuasan pelanggan. *Ilmu Manajemen*, 7(2), 123–136.
- Puryanti, A., Ernawati, S., & Julaiha, J. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Makanan Pada UMKM Kota Bima*. 2(3).
- Putra, A., R., & Hastuti, R. (2022). pengaruh harga, kualitas dan promosi terhadap minat beli konsumen. *Ilmu Manajemen*, 13(2), 145–148.
- 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*.
- 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, 512–520. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2716%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/2716/2100>
- Rahman. (2020). Penetapan harga dan strategi pemasaran.universitas pasundan. *Jurnal Akademik*.
- Riyanto & Harmawan. (2020). Metode penelitian kuantitatif peneltian dibidang manajemen teknik,pendidikan dan eksperimen slemen. *Deepublish*.
- Riyono & Budiharja. (2020). Pengaruh kualitas produk harga,promosi dan Brand Image terhadap keputusan pembelian produk aqua. *Stie Semarang*, 8(2), 92.
- Rizky. (2022). Pengaruh pelayanan,harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen dirumah makan wong solo kota jambi. *Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saufuddin Jambi*.
- Sabila, N. (2019). *Digital marketiing STEKOM*.
- sanjaya. (2023). Indikator kualitas produk dalam industri modren. *Manajemen Industri*, 12(3), 45–46. <https://doi.org//10.xxxx/journal 1234>
- Sari, D. P., & Kurniawati, O. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Nelongso Nginden Semolo Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(3), 461–468.
- Sari, S. da. J. (2023). *cita rasa dan pemasaran terhadap minat beli pelanggan di Hasan Abstrak*. 8((2)).
- Sugiono. (2021). metode penelitian kuantitatof,kualitatif dan R&d.Bandung. *Alfabeta*.
- Sujarweni, V. wiratna. (2020). *Metodologi penelitian Bisnis & Ekonomi*. 94.
- Sumiati, H. &. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah dikota Bengkalan madura*. 1, 31–48.
- Sunyoto, D. (2020). *Strategi pemasaran Yogyakarta :CAPS(center for Academuc Publishing Service)*.
- Tjiptono, F. 201. (2019). “*stategi pemasaran jasa edisi terbaru*” yogyakarta.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163–179.

- widodo. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk elektronik. *Bisnis Dan Manajemen*, 13(2), 145–158.
- widya prasetya, bayu eko broto, elida floretna sinaga simanjorang. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Cita Rasa, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Produk Minuman Boba Di Rantauprapat Widya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 127–150.
<https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.984>
- wilian & sunyoto. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi harga saham(studi empiris pada perusahaan yang terdaftar diBursa Efek Indonesia. *Ilmu Manajemen*, 8(2), 145–158.
- Yunita, Michael dan silintowe, A. (2021). Desain,kualitas produk,citra merek dan Harga produk atas keputusan Pembelian Generasi Y. *Capital Kebijakan Ekonomi,Manajemen Dan Akuntansi*, 3, 118–138.
- Yusril Achmad Maulana, E. L. (2021). faktor yang mempengaruhi kepuasan dan minat kunjung ulang konsumen Coffe Shop Non Waralana Bermerek Asing di Kota Pontianak. *Procedding Seminar Bisnis Seri V*.