

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. (2020). *Mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital*. <https://www.devechaffey.com/digital-marketing-glossary/digital-marketing/>
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2020). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson education.
- Dholakia, U. (2022). *Advanced introduction to digital marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hartini. (2023). *Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Era Digitalisasi)*. Media Sains Indonesia.
- Kotler, P., Hollensen, S., & Opresnik, M. O. (2022). *Sosial media marketing: Marketer dal phygital al metaverso*. Hoepli Editore.
- Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Meteorcell Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 13. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis>
- Manajemen Pemasaran di Era Digital: Strategi dan Inovasi di Era Teknologi* . (2020). PT Mifandi Mandiri Digital.
- Mathias, T., FERTIG, M., Zancanaro, M., Thibes, R. F., & Hahn, I. S. (2024). Defining innovation: A comprehensive analysis of types, levels, and strategic interactions. *IOSR Journal of Humanities and Sosial Science.*, 29(9), 28–36. <https://iosjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol.29-issue9/Ser-2/E2909022836>
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran Indonesia*.

- Nahdiyah, L., & Mutadlo, K. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Strategi Digital terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4144–4152. <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/2575>
- Prabowo, M. A. S., Triwidyati, E., & Priyantoro, P. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Barley Store Kota Kediri. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 260–272. <https://doi.org/10.55606/jurima.v5i2.5256>
- Pramudhita, P., & Budi Harto, B. (2020). *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*. CV Media Sains Indonesia.
- Schilling, M. A. (2024). *Strategic Management of Technological Innovation*. McGraw Hill/Elsevier.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, & Hidayat. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Aksesoris Manik-manik. *Journal of Administrative and Sosial Science*, 6(1), 182–193. <https://www.reseachgate.net/publication/392961319>
- Tesalonica, P. T., Iswati, I., & Fitriyasari, A. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Anugrah Packaging Indo Kemasan. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 3(3), 67–85.
- Wahyudi, M. A., & Rahmadi, z. t. (2025). *Pengantar Manajemen Pemasaran Digital*. KBM Indonesia.
- Wulansari, S., & Cahya, H. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung oleh Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 124–136.

- Yoebrilanti, A., & Dugarri, A. O. (2024). Pengaruh Promosi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Marketplace Indonesia. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 10(2), 28–42.
- Zebua, A. T. (2024). Pengaruh Marketing Digital terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap. *Jurnal Administrasi dan Kesekretariatan*, 4(1), 50–61. <http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Zebua, A. T., Pasaribu, J. P. K., & Naibaho, R. (2024). Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 832–837. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/download/1372/639>