

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, K., & Komalasari, E. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Rattan Handmade Pekanbaru. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 97–106.
- Ainin, R., Nurdin, N., Rahbiah, S., & Sabahannur, S. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis ICT Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Pisang (Studi Kasus pada Usaha Big Bananas dan Pisang Goreng Gepeng di Kota Makassar).*Thesis*. 7(2), 193–202.
- Akuntansi, J. I., Jikabi, B., Noholo, S., & Mursalim, R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , dan Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), Terhadap Pendapatan Penjualan UMKM The Influence of Product Quality and Implementation of the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) Payment System on MSME Sales Revenue. *Thesis*. 4(April), 20–30. <https://doi.org/10.31289/jbi.v4i1.6094>
- Anas F, Z. and F. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Durian Putri Jaya. *Joebis*, 1(1), 38–48. <https://ojsjournal.unt.ac.id/index.php/JOEBIS/article/view/50>
- Assauri. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Warga Kelurahan Penanggungan Konsumen Produk Aqua di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 44(1),. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 44(1), 144–153.
- Chandra, T. &. (2012). Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4(4), 192–201.
- Eviando. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 171–180. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4740>
- Fanlikhin, E., Wiryawan, D., & Ambarwati, D. A. S. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen Kerupuk Seblak Queenrawit di Kota Metro). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 11852–11867. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Handajani, L., Akram, Furkan, dan R. (2019). Penggunaan Pemasaran Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok. *Jurnal Abdi Insani LPPM Unram*.

- Hariadi. (2023a). Biochar from agricultural waste for soil amendment candidate under different pyrolysis temperatures. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 8(2), 243–258. <https://doi.org/10.17509/ijost.v8i2.55193>
- Hariadi. (2023b). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Ict, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pusat Oleh-Oleh Keripik Rumah Adat Minang Kota Medan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1–38.
- Ika. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>
- Katadata. (2023). Analisis Pengaruh Live Streaming Shopping, Price Discount, Dan Ease Of Payment Terhadap Impulse Buying (Studi pada Pengguna Platform Media Sosial TikTok Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Kotler dan Armstrong. (2018). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Kotler, P. dan K. L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Maknunah, N., & Apriliyaningsih, D. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 50–60.
- Muttaqin. (2024). *Model Bisnis Dan Pembiayaan Syariah Pada Industri Properti Pt. Karya Cipta Sakinah Kecamatan Paiton Probolinggo*.
- O'Brien, M. (2011). Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website dalam Meningkatkan Pembelian Kerajinan Anyaman di Cv Binangkit Kabupaten Tasikmalaya. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 130–140. <https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.66>
- Riyoko, S. dan L. B. (2020). Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Jepara. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, Vol 21 No 2.
- Rochmah, S., & Ernawati, F. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Home Bakery Umkm Diwak Bergas

Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 14(1), 1–6.

Rochmah, S., & Ernawati, F. Y. (2022b). Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking, Dan Mobile Banking Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 18(1), 18–27. <https://doi.org/10.53845/infokam.v18i1.315>

Romaningsih, W., Gita Septemia, P., Marlina, A., Madani, H., & Haris Madani, M. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Information Communication and Technology (Ict) Terhadap Peningkatan Daya Jual Produk Umkm. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 3(1), 372–377.

Sarfiah. (2019). Analisis pengelolaan dana desa sebagai realisasi salah satu tujuan program Nawacita “Membangun Indonesia dari pinggiran” di Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo tahun 2016. *Directory Journal of Economic Volume*, 1(2), 136–150.

Schiffman dan Kanuk. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Estilo Coffee. *Panorama Nusantara*, 17(2), 1–12.

Septian, G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Skala Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *Journal Transformation of Mandalika*, 2(3), 359–366.

Sudiarti, S. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website dalam Meningkatkan Pembelian Kerajinan Anyaman di Cv Binangkit Kabupaten Tasikmalaya. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 130–140. <https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.66>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020b). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* (Cetakan ke). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunardi, S. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Information, Communication, Technology (ICT) Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm di Desa Kampung Mangkai Kabupaten Batu Bara. *Glossary: Jurnal Ekonomi*

- Syariah*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.52029/gose.v1i1.114>
- Suryafma, Y., Haryadi, A. D., & Afni, Z. (2023). Penerapan Innovation Diffusion Theory terhadap Niat Mengadopsi Fintech Peer to Peer Lending. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i1.50>
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43–52. <https://doi.org/10.34010/miu.v17i1.2233>
- Sutaraman. (2020). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, perlindungan. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 20, 396–406.
- Tjiptono. (2019). Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Shopping Mall Di Kota Surakarta. *Jurnal Desa-Kota*, 1(2), 121. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v1i2.12552.121-129>
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wisesa, D. A. (2023). *Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Asian Paints Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Wulandari dan Suparman. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ub. Karya Barokah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 127–136. <https://doi.org/10.23917/determinasi.v3i1.413>