

DAFTAR PUSTAKA

- Adhwa Syafaa Kamila, & Titik Desi Harsoyo. (2025). Pengaruh *Digital Marketing, Electronic Word of Mouth (E-Wom), dan Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Keripik “UMKM Intan Rahmadhani Snack.” *Economic Reviews Journal*, 4(3), 1145–1152. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i3.807>
- Altatit Dianawati, TB Rubaya Fadillah, I. M. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Kulit Ikan Di PT Kui Indo Fishskin. 175–197. <https://doi.org/10.30998/dinamika.v2i1.8365>
- Anggelia, N., & Sulaeman, P. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hyde Beauty Skincare di Kabupaten Karawang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 3(3), 8271–8279. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/issue/view/8>
- Anisa Wahida, Rosmala Dewi, dan N. W. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik singkong pedas (Studi Kasus Pada Dona Home Industry Food and Snack di Baturaja). 18(01), 167–186. <https://journal.unbara.ac.id/index.php/fe>
- Anna Wulandari dan Heru Mulyanto. (2024). Keputusan pembelian konsumen. PT Kimshafi Alung Cipta. Bekasi, Jawa Barat
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal EkonomiDanKeuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M. S., & Iqbal Arraniri, S.E.I., M. M. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania Grup, Cirebon.

- Farida Rizki Ayu, Abdul Wahid Mahsuni, T. S. R. (2025). Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen UMKM Keripik Samiler Alita Di Kabupaten Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekomomi Dan Bisnis Unisma*, 14(01), 10–17.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/issue/view/1592>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Patril Least Squares SmartPLS 4.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hidayat, B., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 559–564.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.6643>
- Istianingsih, W. W., Husadha, D. T. U. C., & Mukti, E. T. P. A. H. (2019). Inovasi Produk sebagai salah satu unsur meningkatkan Competitive Advantage bagi UMKM di Kota Bekasi. Badan Penerbit Bhayangkara, Jakarta.
- Khoerunnisa, N. K. (2020). *Digital Marketing*. September, 8–31.
<http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2>
- Lase, R. W., Gea, J. B. I. J., Harefa, I., Baene, E., & Bate'e, M. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Gamumu UD.Lisna diDesaLolomoyo.Jesya,7(2),1670–1682.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1598>
- M. Pradana and, & N. N. S. Yasa. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(3), 682–699.
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.v13.i10.p19>
- Ma'ruf, N., Alfalisyanto., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, citra merek dan digital marketing terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie Gaga di kota Cilacap. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1314–1330.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>

- Mayastika, E., & Nabila, T. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Facebook, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Zack Krezz. *Digital Business Progress*, 1(1), 25–34.
<https://doi.org/10.70021/dbp.v1i1.15>
- Novita Ekasari, S. R. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya. 195–207.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v6i3.4255>
- Nur Alfiah, S., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985.
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.2136>
- Nur Salsabilla Yonada, S. I. (2023). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen Askha Jaya. 5, 189–195.
<https://prosiding.ummetro.ac.id/index.php/snppm>
- Oktavia Retno Maharani, H. W. dan T. H. A. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah). 2(1), 1–9.
<http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Oktavianity, W., & Susanti, D. N. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Ayam Bakar Kraton Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1).
<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Pande Rantika Juli, I Nengah Suardhika, G. Y. H. (2021). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan digital marketing terhadap keputusan pembelian pada Angelo Store Ubud Bali. 2, 373–385.
<https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/issue/view/163>
- Philip kotler, G. A. (2018). *Principles of Marketing*. Italy
- Radiansyah, M., Jayusman, S. F., Hasibuan, M. Z., Muslim, U., & Al, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada AURA kripik Bandar Labuhan Kab. Deli Serdang. 251–261.
<https://ejournalbarokahpublisher.com/index.php/jurnalmanajemenbisnisryariah/issue/view/26>

- Ramadhania, & Wulan, A. (2022). Improving Customer Purchasing Decisions Through The Influence Of Digital Marketing And Locations In Kubik Koffie, Padang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 792–798.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- S, Ageng Saepudin Kanda, N. H. K. A. (2024). Faktor- faktor yang mempengaruhi dari sistem pemasaran digital pada sebuah perusahaan dalam penjualan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2 (2)(Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan), 198–208.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.935>
- Setiawan, A., Rois, A., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 138–155.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/issue/view/663>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA, cv, Bandung.
- Tanuwijaya, H., & Suhandiah, S. (2025). Pengaruh Inovasi Produk , Brand Image , Harga dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Kulit Kebab Misscrip di Surabaya.
<https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/elmal/index>
- Winda Evyanto, Asron Saputra, W. (2025). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik ikan di kelurahan sungai langkai batam. 12(3).
<https://doi.org/10.47024/js.v12i3.1173>