

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhakim, A. (2019). *Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua-Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-anak di Media Sosial TikTok* [Skripsi]. Universitas Diponegoro.

Albari. (2002). Mengenal Perilaku Konsumen Mengenai Penelitian Motivasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(7).

Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Kerajinan Gerabah Kasongan: Studi pada Konsumen Gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574.

Anugrawati, S. D., Nurhikma, Saputri, I. W., & Nurfadilah, K. (2023). Analisis Regresi Logistik Biner dalam Penentuan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Lulus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar. *JOMTA: Journal of Mathematics: Theory and Applications*, 5(1), 11–16.

Ashari, A. P., Hardiyono, & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18–32.

Cardoba, D., Rokhmawati, D., & Anugerah, R. (2020). Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti di Indomaret. *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1(2), 23–33.

Devina, P., & Andreani, F. (2009). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian di Susan Spa and Resort Bandung. *Jurnal Teknik Elektro*, 6(1), 108–120.

Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(1), 149–162.

Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016b). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon. *Productivity*, 2(1), 69–72.



Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 112–122.

Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *E-MABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31–38.

Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.

Harjanto, R. (2009). *Prinsip-prinsip Periklanan*. Gramedia.

Heidrick, & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop di Kota Gresik. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(4), 360–369.

Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression* (Second Edition). John Wiley & Sons, Inc.

Kleindl, B. A., & Burrow, J. L. (2005). *E-Commerce Marketing*. South Western.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th Edition). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Prentice Hall.

Lamb, C. (2001). *Pemasaran*. Salemba Empat.

Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Milton, S. (1986). A Sample Size Formula for Multiple Regression Studies. *Public Opinion Quarterly*, 50(1), 112–118.

Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Kencana Prenada Group.

Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Lakbang.

tiwi, L. E. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya tatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada a Mart Pacitan)* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.



Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. *JIP: Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.

Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya Hasil Gemilang*. Elex Media Komputindo.

Sari, F. Y., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Grandfather Coffeshop Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(4), 1–15.

Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing*. Pearson Education.

Sudaryono. (2012). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi Offset.

Sudjana, N. (2010). *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Suharyono, & Hidayat. (2012). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Parfum Axe. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 4, 1–9.

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).

Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2017). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*. McGraw-Hill Education.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi.

Tumbel, A. L., & Rate, P. Van. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Tradisional di Kota Manado). *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 2(2), 60–72.

Walukow, A. L. P., Manakeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1737–1749.



ngarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran an terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Hasjrat notana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067.