

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Afrilia, et al. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Telur Asin Ramadani di Keresidenan Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 5.
- Alan, F. 2021. *Pengaruh Inovasi Produk dan Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen John's Bakery di Kota Batam*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam: Batam).
- Ambiyapuri, et al. 2023. Inovasi Produk dan Digital Marketing dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Teras Soreang Kabupaten Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 544.
- Anugrahdwi. (2023, 8 Agustus). *Pengertian Manajemen Pemasaran, Tujuan, Beserta Contohnya*. Diakses pada 26 Februari 2024, dari <https://pascasarjana.umsu.ac.id/pengertian-manajemen-pemasaran-tujuan-beserta-contohnya/>
- Arfah, Y. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariffud Muhammad. (2022, 4 Februari). *Apa itu Ruby on Rails? Mengenal Web Framework Rails*. Diakses pada 3 Maret 2024, dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/ruby-on-rails-adalah/>
- Ariffud Muhammad. (2023, 6 April). *Apa Itu Website? Pengertian, Fungsi, Sejarah, Unsur, Jenisnya*. Diakses pada 3 Maret 2024, dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/pengertian-website/>
- Arista, et al. 2024. Pengaruh Digital Marketing dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Sales Growth UMKM Kecamatan Sidoarjo. *Journal of Economic and Economic Policy*, 1(2), 138.
- Asmoro, A. A., Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(1), 63.
- Astuti, et al. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan oleh Mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 12(2), 85.

- Azwar, et al. 2023. Pengaruh Digital Marketing, Inovasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Konsumen Kopi Klotok di Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1394.
- Baihaqi & Huda. 2023. Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan. *Twikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 55-56.
- Bounce. (2023, 6 September). *Traffic: Apa Itu dan Jenis-Jenisnya*. Diakses pada 1 Juli 2024, dari <https://www.bounce.com/blog/marketing/digital/pengertian-traffic-dan-jenis/#:~:text=Apa%20itu%20Traffic%3F,menilai%20keberhasilan%20sua%20bisnis%20online>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Bogor: Guepedia.
- Darmanto, A. R. P., Sari, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Bradermarker Store. *e-Proceeding of Management*, 9(2), 732.
- Decoding Intern. (2023, 31 Mei). *Python: Pengertian, Contoh Penggunaan, dan Manfaat Mempelajarinya*. Diakses pada 3 Maret 2024, dari <https://www.dicoding.com/blog/python-pengertian-contoh-penggunaan-dan-manfaat-mempelajarinya/>
- Dhewanto, et al. (2014). *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Dian, C. 2023. *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan: Bandung).
- Diventy, et al. (2020). The Role of Digital Marketing on Purchase Intention and Purchase Decisions at Kopi Si Budi Surakarta. *The 3rd International Conference on Technology, Education, and Social Science 2020*, 494.

- Dwiputri, R., et al. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 497.
- Ekasari & Roza. 2017. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 6(3), 206.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 30.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Fandy Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fitrianna & Aurinawati. 2020. Pengaruh Digital Marketing pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 417.
- Ghosh, M., & Gupta, S. (2020). The Impact of Digital Marketing and Product Innovation on Consumer Purchasing Decisions. *International Journal of Business and Management*, 12(4), 45-57
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, Y., Zhang, L., & Wang, J. (2020). Exploring the Impact of Digital Marketing and Product Innovation on Small Business Performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(6), 1267-1283.
- Handika, et al. (2023). Strategi Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Inovasi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Erenka Cafe and Space Glenmore). *Journal of Economics, Bussiness, Management, Accounting and Social Sciences*, 1(3), 103-104.
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 68-69.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.

- Hubbina, et al. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk & Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 471.
- Hutamy, E. T., et al. (2021). Persepsi Peserta Didik terhadap Pemanfaatan TikTok sebagai Media Pembelajaran. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian 2021*, 1271.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismail, R., Nur, Y., Zaeni, N. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sehat Menggunakan Business Model Canvas (Studi pada Del Manggo). *Jurnal Nobel Management Review*, 491.
- Khatibah. (2011). Penelitian Kepustakaan. *Jurnal Iqra'*, 5(1), 38.
- Kim, E. Y., & Kim, Y. (2004). Predicting Online Purchase Intentions for Clothing Products. *European Journal of Marketing*, 38(7), 883-897.
- Kimpakorn, N., & Tocquer, G. (2018). The Role of Digital Marketing and Product Innovation in Enhancing Customer Purchase Decisions. *Journal of Business Research*, 88, 392-400.
- Kojo, C., Rogi, M. H., Lintong, D. Ch. (2018). PKM Pengembangan Inovasi Produk Makanan dan Minuman yang Dijual di Seputaran Kampus UNSRAT Bahu. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 4(2), 72.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan* (8th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kumar, V., Anand, B., & Song, H. (2018). Strategi Pemasaran Inovatif untuk Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 87, 268-274.
- Lau, K., Lee, S., & Ng, S. (2018). The Impact of Product Innovation on Consumer Satisfaction and Purchase Decisions. *Journal of Product Innovation Management*, 35(4), 573-589.
- Lukas, Bryan A., & O.C. Ferrel. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of The Academy Marketing Science*, 2(28), 239-247.
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*.

- Masda, P. G. (2013). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Galamai di Kota Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, 6.
- Masyithoh, I. N., Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 7(1), 123.
- Maulana, Y. S., Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8, 90.
- Meilani, J., & Wangdra, Y. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian di Pesona Coffee Batam. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 378-379.
- Meriska, I. H., & Sukaris. (2024). Analysis of The Influence of Brand Image, Price, and Digital Marketing on Purchasing Decisions in Tea Break Consumer. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 7(1), 1654.
- Millennium, et al. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada StartUp Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(1), 176.
- Muchlisin Riadi. (2022, 20 Juni). *Inovasi Produk (Aspek, Jenis, Indikator dan Penyebab)*. Diakses pada 19 Februari 2024, dari <https://www.kajianpustaka.com/2022/06/inovasi-produk.html>
- Mushoffa, A. S. & Fadli, U. M. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Lawang Coffee. *Jurnal Economia*, 2(8), 1986.
- Naksir, et al. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 106.
- Narta, et al. (2024). Pengaruh Penerapan Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rotte Bakery Cabang Bukit Barisan Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 1565-1566.
- Novitasari, et al. (2021). Analysis e Marketing, Product Innovation, and Brand Image on Purchase Decisions Janji Jiwa Coffee in Surakarta. *Jurnal Mantik*, 4(4), 2497.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Penerbit Pradina Pustaka.

- Pebriani, W., Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 7(1), 88.
- Pebrianti, et al. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 55.
- Putri, A., Arif, M. 2023. Pengaruh Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 197-199.
- Putri, S. & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi di Kabupaten Subang. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 910.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power of Digital Marketing*. Bandar Lampung: TIGA Ebook.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(1), 19.
- Saidi, et al. (2023). Peran Citra Merek dan Kesadaran Merek sebagai Mediasi Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Tuni Maluku. *AMAL: Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)*, 5(1), 54.
- Salmaa Awwaabiin. (2021, 2 November). *Pengertian PHP, Fungsi dan Sintaks Dasarnya*. Diakses pada 3 Maret 2024, dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/pengertian-php/>
- Sampoerna University. (2022, 24 Juli). *Pengertian Email Marketing, Manfaat dan Cara Memakainya*. Diakses pada 5 Maret 2024, dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/email-marketing-adalah/>
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 47.
- Selviasari, et al. (2023). The Effect of Digital Marketing and Product Variety on Purchasing Decisions Mediated by Brand Image in Bakso President. *Jurnal Riset dan Inovasi Manejemen*, 1(4), 67.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sihombing, R., Siagian, H., & Marpaung, M. (2021). Peran dan Tantangan UMKM dalam Perekonomian Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 150-162.
- Siti, V. 2021. *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli pada Usaha Tekat Tiga Dara di Kota Pekanbaru*. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau: Riau).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.
- Suryabrata, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Tandusan, C. F. (2015). Analisis Komparasi Efektivitas Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Video Marketing Online Talk Fusion di Manado. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 142-143.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Wibowo, Adi Lili dan Donni, Juni Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.
- Widjaja & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 9.
- Wilis, R. A. & Faik, A. (2022). The Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop "Lu'miere". *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 161.
- Zimmerer, Thomas W., et al. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.