

DAFTAR PUSTAKA

- Sidi A.P Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang) . *Jurnal JIBEKA Volume 12, No 1, 201: 1-8*.
- Pradiani,Theresia. (2017) Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka Volume 11 Nomor 2 Februari 2017 : 46 – 53*.
- Hendrawan,Andi., et al. (2019) Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap. *Jurnal Administrasi dan Kesekretariatan. Volume 4 – Nomor 1 Maret 2019*.
- Hermina,Nurul., et al. (2018) Transformation of Digital Marketing in the 4.0 Industry Revolution: A Study on Batik MSMEs. *International Journal of Engineering & Technology*.
- Rinaldi,Achi., et al (2019) Partial correlation analysis using multiple linear regression: Impact on business environment of digital marketing interest in the era of industrial revolution 4.0 . *Management Science Letters 9 (2019) 1875–1886*.
- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas. *Co. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, 6(3), 255-264*.
- Sadiyah, K., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli asuransi PT. Prudential Life Assurance Cabang Sukun, Jln. Simp Sukun, Malang. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis), 8(3), 163-169*.
- Raga, H. E., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong. *Values, 2(2)*.
- Herdioko, J. (2018). Pengaruh produk dan harga terhadap minat beli konsumen

- dalam berbelanja produk kopi secara daring: studi kasus pada situs internet otten coffee. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 129-136.
- Wijayasari, N., & Mahfudz, M. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 260-258.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75-84.
- Indraswari, I. G. A. A. P. I., & Wijaya, P. Y. (2022). “Pengaruh Brand image dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1000–1010.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran. *Transformasi Managerial: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 21–35. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i1.859>
- Ningsih, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. www.jurnal.imsi.or.id
- Novi agustina dan Ita Purnama. (2021). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Pada Era Pandemi Covid-19 Di Kota Bima. *Journal Scientific Of Mandalika (Jsm)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 2(9), 457–469. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp457-469>

- Oktaviani, A., Mega, S. W., & Saptaria, L. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Via Busana Kediri. 1(11).
- Febriyanti, D., & Sabran, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39.
- Yasin, Hanifa., et al. (2014) Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 14 No. 02 Oktober 2014 Issn 1693-7619*.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen pemasaran teori dan praktik*.