

DAFTAR PUSTAKA

- Alfriansyah, M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Eiger. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Andy Firmansyah, B. A. M. (2023). Impak Digital Marketing, Elektronik Word Of Mouth(E- Wom) Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Dan Pengaruh Produk Kompetitor Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Pt. Digital Cerberus Indonesia). *Open Journal Sistem*, 18. Retrieved from <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-bulgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Aristian, R. S., & Ginny, P. L. (2023). Pengaruh Personal Selling, Media Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Cyberindo Aditama. *Nikamabi*, 2(2), 22–29. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2580>
- Audrey, A. N., & Usman, O. (2021). Influence Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768801>
- Ervandi, M. Z. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *Performa*, 6(2), 152–161. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2075>
- Fareed, S. A. Q., Jabbar, T., Makhdoom, S. F., & Iqbal, M. N. (2023). Influence of Digital Marketing on Purchase Decision A Qualitative Study on Pakistani Customers. *International Journal of Trends and Innovations in Business & Social Sciences*, 1(4), 122–128. <https://doi.org/10.48112/tibss.v1i4.627>
- Firmansyah, A., Sari, N. R., Rusyadi, R., Supriyadi, A., Tulungagung, B., Selling, P., ... Keputusan, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing , Personal Selling , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Cosmetics Di Bravo Tulungagung. *Konferensi Nasional: Penguatan Ekonomi Syariah Melalui Riset Kolaboratif Dan Ide Inovatif*, 4(2), 1–15.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. (A. Tejokusumo, Ed.) (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati, N., & Rukhviyanti, N. (2022). Pengaruh E-Commerce Dan Mobile Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Pt. Nasa Stockist R.2137 Banjarnegara Pada Masa Pandemi Covid 19. *Among Makarti*, 15(3), 364–378. <https://doi.org/10.52353/ama.v15i3.363>

- Hidayatulloh, M., Widiastuti, N., Adhirajasa, U., Sanjaya, R., Adhirajasa, U., Sanjaya, R., ... Live, F. (2024). Pengaruh Personal Selling Melalui Fitur Live Aplikasi, 1–6.
- Honggo, R., Agustina, T., Yunus, K., Pascasarjana, P., Teknologi, I., Bisnis, D., & Malang, A.(2023). Total Net Sales Kopiloh, 6, 1494–1508.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Istikhomah, I., & Marwati, F. S. (2021). Purchase Decision in View of Brand Image, Product Quality, and Promotion. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 29–34. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i1.1533>
- Jamila, P., & Siregar, S. (2022). The Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 9–19. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1647>
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawati, A., Lubis, J., & Al-Ihsan, M. A. (2023). The Effect of Digital Marketing and Personal Selling on Consumer Purchase Decisions in Beauty Products. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 106–114. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i1.2116>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mappedeceng, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 422. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.304>
- Muafidah, M., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 661–668. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9834>
- Nur Alfiyah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan BrandImage 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>
- Prayitno, S., Fathorrahman, & Kusdyah, I. (2023). Pengaruh Personal Selling Dan

Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Simpelbos Pada Pt Rumah Wirausaha Indonesia. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i1.12>

Putra, B. B. B., Trianasari, T., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Personal Selling Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT BNI Life Insurance Cabang Denpasar. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2747–2759. Retrieved from <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/4320>

Putra, I. A. L., Hasanah, K., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men Fachial Wash Pada Marketplace Shopee Di Kota Madiun. *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 5, (September).

Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>

Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1). <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2419>

Saputro, widyanto aji, & Laura, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian yang Di Moderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2), 1–11.

Sastra Millenium, A., Suardana, I. W., & Kusuma Negara, I. M. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p17>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D; / Prof. Dr. Sugiyono (Cet. 23)*. Bandung: Alfabeta.

Suharni Rahayu. (2022). The Effect Of Brand Image and Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(1), 256–264. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i1.455>

Setiawan, M. R., & Rachamawti, I. (2019). Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 625–632.

Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100– 116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>

