

DAFTAR PUSTAKA

- Artameviah, R. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Artanto Kristianto, et al. (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada A&W ISOQUANT. Vol 3 (1) 90-105. Diakses tanggal 23-11-2020
- AS Ahmad, H Ali (2025) Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital, siberpublisher.org
- Asia, N. (2023). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart di Lembang Kabupaten Pinrang* (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).
- Alma, B. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). (2023). *Pedoman Obat Bahan Alam*.
- Biro HDI Kemenag, 2020. Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar). Tersedia <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Brian Nordli. (2024, December 3). Kesenjangan penjualan: Everything You Need to Know | Built In. BuiltIn.Com. <https://builtin.com/articles/gap-selling>
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms*. American Marketing Association
- Cummings, T. G., & Worley, C. G. (2019). *Organization Development and Change* (11th ed.). Cengage.
- Darmawan, S. A., & Abdurrahman, M. S. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Lion Air Di Kalangan Mahasiswa Bandung Raya (Studi Kuantitatif Deskriptif Kecelakaan Pesawat Lion Air JT-610). *eProceedings of Management*, 7(1).
- Darna, N., Mulyatini, N, Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. 2023. *Metode Penelitian*. Deepublish. Yogyakarta: Deepublish

- DataReportal. (2025). Digital 2025: Global Overview Report.
- David, F. R., & David, F. R. (2020). Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases (17th ed.). Pearson.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya).
- Fauzi, M. F., & Zurohman, A. (2023). Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 475–479. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.59>
- Febrian, T. G. (2020). Rencana Bisnis Kopi & Jahe (Franchise) PT Amira Heksa Internasional. Universitas Bakrie.
- Febriyanti, Y., Suryasuciramadhan, A., Zulfikar, M., Nurhasanah, S., & Amalia, D. (2024). Penggunaan Media Sosial TikTok Produk The Originote Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 341–350. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.613>
- Fukuyama, Mayumi. 2018. “Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society”. Japan Economy Foundation Journal - Japan SPOTLIGHT. https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf. diakses tanggal 27 Agustus 2019
- gopay.co. (2023, October 19). Fungsi dan Komponen Penting Strategi Pemasaran. Gopay.Co.Id. <https://gopay.co.id/blog/fungsi-dan-komponen-penting-strategi-pemasaran>
- Gökçek, H., Kılıç, H., Türker, O., (2023). *Moderator Role Of Word of Mouth Marketing On The Impact Of Public Relations On Purchase Intention From An Integrated Marketing Communications Perspective. In Yalova Sosyal Bilimler Dergisi* (Vol. 13).
- Gufron, M. R., & Tanjung, B. J. (2024). Pengaruh Promosi Online (Marketplace, Media Sosial) terhadap Peningkatan Penjualan Produk Queen Secret Coffee di PT Amira Heksa Internasional.
- Handoko, H. 2011. Manajemen Edisi 2. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta Hasibuan, M.S. 2012. Manajemen Sumberdaya Mamesia, Jakarta: Bumi Aksara
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). Principles and Practice of Marketing (10th ed.). McGraw-Hill.

Kementrian pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021 Industri Kriya, Satu dari Tiga Jagoan Penyumbang PDB Ekonomi Kreatif/ tersedia <https://www.kemenparekraf.go.id/rumah-difabel/industri-kriya-satu-dari-tiga-jagoan-penyumbang-pdb-ekonomi-kreatif>

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2012). Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 007 Tahun 2012 tentang Registrasi Obat Tradisional.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). Marketing: An Introduction (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th Global Edition). Pearson.

Kotler, p., & Kartajaya. 2016. *Marketing 4.0. Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Kotler , P. (2008) . *Manajemen Pemasaran* , Jakarta : Indeks .

Kotler , P. d . (2012) . *Marketing Management* , New Jersey : Person Prentice Hall , Inc.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 14, jakarta : Erlangga.

Kotler,P.dan G. Armstrong 2008. Dasar-dasar pemasaran

Lamb , H. d . (2012) . *Pemasaran* . Jakarta : Salemba Empat .

Lovelock , C. d . (2011) . *Pemasaran Jasa Perspektif edist 7*. Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2014 *Manajenen Pemasaran Jasa Edisi ke 3*, Jakarta : Salemba Empat.

Nana Darna, dkk. (2025). Digital Marketing Bagi BUMDes. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

M: Andayani, H., Nurfarida, L. N., & Rusno, R. (2020) Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang, Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen, 6(1).

- Mahardika, A. W. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu VANS (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Mahardika, A. W. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu VANS (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Muhtar, Muhammad, et al. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan Sandal Merek Eiger di Seberang Ulu II Kota Palembang. 2020. PhD Thesis. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Muhtar, Muhammad, et al. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan Sandal Merek Eiger di Seberang Ulu II Kota Palembang. 2020. PhD Thesis. Universitas Muhammadiyah Palembang
- MyRobin.id. (n.d.). GAP Analysis: Pengertian, Manfaat, Jenis, Cara, hingga Alatnya | MyRobin | Outsourcing Tenaga Kerja Kerah Biru Terbaik. Retrieved January 18, 2026, from <https://myrobin.id/untuk-bisnis/gap-analysis/>
- Novitasari, D. A., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 962-975.
- Pangkey , T. T. (2013) . Analisis *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Konsumen Hotel Berbintang di Manado (Studi Pada Hotel *Quality Manado*) . EMBA , 233.
- Pujiati. (2023, December 11). Fenomena Gap: Contoh dan Perbedaan dengan Research Gap. Duniadosen.Com. <https://duniadosen.com/fenomena-gap/>
- Rahayu, P. (2014). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumenproduk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) dan viral marketing terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 6(1), 13-21.

- Rapingah, S., Sugiarto, M., Sabir, Haryanto, T., Nurmallasari, N., Gaffar Muhammad Ichsan, & Alfalisyo. (2022). Konsep Desain Penelitian. In A. Leonardo (Ed.), *Buku Ajar Metode Penelitian* (PP. 59–64). CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Robbins, S. P. (2010). *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta : Erlangga .
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Management* (15th ed.). Pearson.
- Sari, D., Noorlitaria, G., , U. (2018c). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN*, 10(1), 2018–
- Sobirin, (2019) *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. (n.p.): SAH MEDIA.
- Sofiyana, MS *et. al.* (2022). *Meotodologi Penelitian Pendidikan*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Strategi Pemasaran Berbasis Digital. (n.d.). (n.p.): Cipta Media Nusantara.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriyati, S., Putri, F. T. A., & Irmayanti, I. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56–61. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.364>
- _____. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistyawati, Praba. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang
- Sutra, S. P. (2020). Pengaruh Harga, Persepsi Nilai Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Imitasi Di Malang (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Malang)
- Tjiptono, F. (2023). Strategi Pemasaran. Andi.
- UNCTAD. (2024). Business E-commerce Sales and the Role of Online Platforms.
- Vanya Kurnia Mulia Putri. (2023, January 23). Tujuan Strategi Pemasaran. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/25/110000669/tujuan-strategi-pemasaran>
- Wijaya, L. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI IMC PUBLIC RELATIONS PT ASURANSI BINAGRIYA UPAKARA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ASURANSI DI MASA PANDEMI*. In *Public Relations Journal* (Vol. 2).
- World Health Organization. (2019). WHO Global Report on Traditional and Complementary Medicine 2019.