

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Badruddin. (2014). *Dasar-dasar Manajemen*. Alfabeta.
- Bahrin, M. A. K. (2019). ndustry 4.0: A Review On Industrial Automation And Robotic. *Jurnal Teknologi*.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ombak.
- Chaffey, & Chadwell. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* . Person.
- Gohary, E. (2020). *E-Marketing and Its Implementation on Developing Social Perceptions of Customers through Effective Marketing Mix of Organic Textile Products*. Pearson.
- Grifin, j. (2016). *Menumbuhkan dan Mempertahankan. Kesetiaan Pelanggan* (D. K. Yahya, Ed.). Erlangga.
- Handoko, H. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Salemba Empat.
- Haryani, R. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PEMBELI PADA TOKO PAKAIAN WANITA POETRI BOUTIQUE. *LENTERA (Jurnal: Sains, Teknologi, Ekonomi, Sosial Dan Budaya)*, 4(4).
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Revisi, hlm. 2). Bumi Aksara.
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., & Waris, A. (2019). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 3, 1652–1660.
- Insan, I. A., & Ramli, R. (2019). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK CEPAT SAJI PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN MTOS DI MAKASSAR. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1(2).
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Karimah, R., & Gunadi, W. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT BERAT MOTOR GRADER MEREK SEM DI PT TRI SWARDANA UTAMA. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2(1), 32–41.
- Khaqiqi, A. I., Hidayah, L. N., Lathifah, A. R., Septiara, D., Alam, W. F., Al-Faruq, S., Kurnia, T. P., & Mafula, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Online Shop: Studi Pada Customer Lamongan. *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2(1).

- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital*. Jhon Wiley and SOns, Inc.
- Kurniawan, P., & Belinda, P. A. (2022). ANALISIS STRATEGI BISNIS KONVEKSI DEWI. *JAMANTA: JURNAL MAHASISWA AKUNTANSI UNITA*, 2(1), 1–15.
- Kussudyarsana, K. (2016). Persepsi Konsumen atas Merek Lokal dan Asing Pada Kategori Produk Hedonik dan Utilitarian. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 48–56.
- Lau, R. S. E. A., & Yudhyani, E. (2016). Pengaruh faktor psikografis terhadap keputusan pembelian konsumen matahari department store plaza mulia samarinda. *Ekonomia*, 5(2), 278–285.
- Lovelock, C., & Wirts, J. (2011). *Pemasaran Jasa*. Erlangga.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Manulang. (t.t.). *Dasar Dasar Manajemen Gadjah Mada University Press*. university press.
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).
- Meliana, M., Sulistiono, S., & Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), 247–254.
- Morissan. (t.t.). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Alfabeta.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019a). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen wenak tok*.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019b). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen wenak tok*.
- Ogi, Y., Supandi, A. S., & Rotinsulu, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Citra terhadap Keputusan Pembelian di Matahari Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Olum. (2017). *Manajemen modern Sistem informasi untuk manajemen modern*. Slemba Empat.
- Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincao Station Grand City, Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–11.
- Pane, D. N. (2018). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian teh botol sosro (studi kasus konsumen alfamart cabang ayahanda). *Jumant*, 9(1), 13–25.
- Peter, & Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Stie Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474.
- Rangkuti, F. (2019). *ANALISIS SWOT: Teknik Membeda Kasus Bisnis*. Andy.

- Riantono, E. I. (2019). *Etika Bisnis dan Profesi*. Ombak.
- Rivai, V. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan* (7 ed.). PT. Rajagrafindo.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
- Robbins, & Judge. (2019). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- 'Rosida, R. 'Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2).
- Simamora, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Salemba Empat.
- Siswanto. (2019). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan. Administratif dan Operasional*. bumi aksara.
- Strauss, J., & Frost, R. (2012). *E-Marketing edisi internasional ke 6*. Person.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andy.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28 ed.). Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41–54.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*. CAPSS.
- Suryadi, D. (2013). *Promosi Efektif “Menggugah Minat & Loyalitas. Pelanggan*. Suka Buku.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Andy.
- Ummasyroh, Firdaus, Y., & Andriyani, T. (2020). PENERAPAN MARKETING 4.0 DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN KEGIATAN PROMOSI PEMASARAN POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA. *Politeknik Negeri Sriwijaya*, 4(02).