

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H., Idris, M., Arfian, A., & Regitha, A. P. (2025). Peran E-Tourism Dan Media Sosial: Analisis Dampak Terhadap Peningkatan Citra Dan Daya Saing Destinasi Wisata Di Makassar. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 4515–4525. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1897>
- Adriyati. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Fafe Kitchen. *Sustainability (Switzerland)*, 8(2), 1–14.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfidyah, M. (2025). Implementasi Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 01(1), 23–29. <https://ejournal.samudrailmu.com/index.php/jmi>
- Ang, J. A., Tawas, H. N., B Sumarauw, J. S., A Ang, J. A., Tawas, H. N., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Jaya Bersama Print, Fotocopy and Stationery Kecamatan Tondano Selatan the Influence of Digital Marketing and Compet. *Jurnal EMBA*, 13(3), 55–65.
- Apriansyah, A., & Pantro Sukma, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Three Buns Burger Jakarta. *Panorama Nusantara*, 18(2), 1–16. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panorama>
- Ayu. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Skintific Di Kota Surabaya Maisyatus. 2(03), 306–312.
- Budianto, D. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Umkm Kuliner (Studi Pada Miss Mojito). 4(8), 5511–5518.
- Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.395>
- Christiani, E., & Evyanto, W. (2026). Pengaruh Kualitas Produk , Digital Marketing , dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Kota

- Batam. 8(3). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i3.3542>
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *ECo-Buss*, 6(1), 166–178. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.673>
- Erni Widiastuti, D. M. (2024). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Strategi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lab Milk Di Sukoharjo. 2(1), 306–312.
- Fatchuroji, A., & Wahyudhi, C. A. (2025). Analisis Dampak Strategi Digital Marketing Dan Kemitraan Usaha Terhadap Daya Saing UMKM. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(1), 3966–3975. <https://doi.org/10.54373/ifiheb.v5i1.2777>
- Ghozali, H. I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Handika, Sudirman, P. (2023). Strategi Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Erenka Cafe and Space Glenmore). *Preshallindo, Jakarta*, 1(3), 97–105. <https://fekon.uniska-bjm.ac.id/wp-content/uploads/2020/10/SEMINAR-STRATEGI-PEMASARAN-BISNIS-2020.pdf>
- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144–1149. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.538>
- Heri. (2024). Jurnal dinamika sosial dan sains. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 1(4), 358–366.
- Iswahyuniarto, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Online Travel Agent. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 4(3), 299–315.
- Kafah Lawitani, D. (2024). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan Indonesia. *Jurnal Bisnis*, 2(1), 1–8.
- Kanda, S. S. A., & Aeni, K. H. N. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dari Sistem Pemasaran Digital Pada Sebuah Perusahaan Dalam Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2 No. 2(2), 198–208. doi: <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.935>
- Kasman. (2023). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan

Pembelian (Suatu Studi Pada Bank BPR Artha Galunggung Cabang Cikatomas). 5, 85–97.

Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2022). *No Title*.

Khair, Maulidah, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Emosi Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Wanita Pengguna Platform TikTok). 4(1), 446–452.

Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). *Teori Of Planned Behavior* Terhadap Intensi Untuk Berinfak Dan Sedekah Melalui Financial Technology. *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, 3(2), 145–154.

Khoirunnisa, R. (2023). *Digital Marketing*, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. 6(0), 167–186.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Indeks.

Kurniawan, R., & Hanifah, R. D. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Novotel Jakarta Gajah Mada). | *I3I* |, 15(1), 131–146.

Lemeshow. (1997). Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan. UGM.

Maharani, A. P. D., Marbun, S., & Oktaviani, L. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Dan Online Customer Review Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joon Canggu. *Journal Research of Management*, 7(1), 102–117. <https://doi.org/10.51713/jarma.2025.7168>

Megawati, Ernawati, S., & Muhajjirin. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Di UKM Dina. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(3), 35–46. <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jeber/article/view/119/108>

Muhammad Vickry Andrha, & Ravindra Safitri Hidayat. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 124–137. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v3i2.3095>

Nafisca, N. A., Meidyanputri, C., Kusuma, A. C., Ramadhan, N. A., Cahyani, B. A., Ferdinand, N., Haryanto, S. P. S., & N, R. H. (2025). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di E-Commerce: Studi pada Pengguna Platform Digital di Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4455>

Nurhidayat. (2026). Peningkatan Daya Saing Melalui Pemasaran Inovatif, Efisiensi Operasional Dan Manajemen Sdm Di Umkm Gula Borobudur. 3(04), 383–

390.

- Nurlaila, N. S., Murtini, M., & Alim, T. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet dalam Aplikasi Axis di Kabupaten Magelang. *Journal of Management Branding*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.71326/jmb.v2i2.91>
- Oktaviani, R. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Caffe on Wheels di Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 1272–1284. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i2.5156>
- Pabate, N. (2025). Peran *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. 1(3), 534–544. <https://ojs.ukipaulus.ac.id/index.php/jmebi/41>
- Pengaruh Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Projeksus. (2021). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 314. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.325>
- Rachmawati, Cahyono, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsume. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 8, 33–49.
- Rachmawati, A., Puji Rahayu, L., Ria Safitri, U., Purwanto, H., Studi Manajemen, P., Ekonomika dan Bisnis, F., Boyolali Jl Pandanaran No, U., & Boyolali, W. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 2024.
- Raharjo, R. P., Zemima, R. K., Nurwulandari, A. T., Mukti, I. Y., & Sawitri, N. N. (2024). Pengaruh Daya Tarik Visual Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(4), 2994–3008.
- Rolando, B., & Dea, A. nurmala. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Mcdonald's. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(2)(2), 192–205. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i2.1484>
- Sa, A., Musarofah, S., Purwanti, I., Kh, J., & Dahlan, A. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pada Pengguna Ms Glow di Lamongan. 17(2), 290–309.
- Santoso, F., Faisol, F., & Haryansyah, S. E. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan

- Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Sektor Pariwisata. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 3367–3375. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i6.2543>
- Sari. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.336>
- Sedayu, S. (2024). Pengaruh Harga, Inovasi Produk, dan Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Fore Coffe di Kota Semarang. *Journal Of Social Science Research, Volume 4*(No 3), 14865–14883.
- Sipayung, L. D., Administrasi, D. I., Ilmu, F., & Negeri, U. (2026). Pengaruh Promosi , Digital Marketing dan E-wom terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. 4(3), 576–588.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- 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. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Vanezza Verhonicha. (2025). Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Majalah Inspiratif*, 11(1), 14–25.
- Virginus Mario Jati, A. N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Pemediasi. 13, 251–257.
- Wati, K. L. (2025). Strategi Manajemen Berbasis Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 3(1), 1–18. <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/jimp/article/view/538/453>
- Yani, Y. A., Rimbano, D., & Famalika, A. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Selangit dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(1), 59–77. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i1.218>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Tinjauan Pustaka Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zafirah, D., Nurtjahjani, F., & Maskan, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di UMKM Jahe Mbah Jayus Malang. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan*

Bisnis, 5(3), 427–442. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1898>

Zhang, J. A., & Utami, C. W. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elly Bakery. *Performa*, 8(5), 559–570. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i5.3803>