

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. L. K. Philip Kotler, *Marketing Mangement*. 2016.
- [2] K. L. K. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [3] Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University PRESS, 2016.
- [4] L. Traver, *E-Commerce*, 10 th. Pearson, 2017.
- [5] Hamdan, Y. Sudodo, and P. R. Kemalasari, “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM (Studi Kasus Pada UD . Riski Desa Penyaring),” *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 1–10, 2018.
- [6] B. R. Moputi, W. K. Tolinggi, and ..., “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ukm Flamboyan Di Kota Gorontalo,” *AGRINESIA J. Ilm.* ..., pp. 1–7, 2018, [Online]. Available: <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/view/9695>.
- [7] D. J. Saputri, P. P. E-commerce, P. P. E-commerce, K. Pelayanan, and D. A. N. Kualitas, “Pengaruh pemanfaatan e-commerce, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada gerai alfatih,” pp. 105–116, 2020.
- [8] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [9] A. Kotler, Philip, *Principle of Marketing (16th ed)*. North Carolina: Pearson Education Limited, 2016.
- [10] S. AMILIA, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap

- Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,” *J. Manaj. dan Keuang. Unsam*, vol. 6, no. 1, pp. 660–669, 2017.
- [11] T. Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- [12] E. S. Han and A. goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, “no title,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [13] F. Tjiptono, *Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2016.
- [14] K. Kotler, *Manajemen Pemasaran. Jilid I*, 13 th. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [15] D. Prihadi and A. D. Susilawati, “Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaraan,” *Benefit J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, p. 15, 2018, doi: 10.23917/benefit.v3i1.5647.
- [16] Yadnya and Santika, “Pengaruh Inovasi , E-Commerce Adoption , Dan Competitive Advantage Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Di Denpasar,” no. September 2016, p. 2017, 2017.
- [17] W. Dhewanto, *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [18] Z. Ulya, “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran,” *J. Ekon. DAN BISNIS Islam*, vol. 4, no. 2, pp. 114–125, 2019, doi: 10.32505/v4i2.1254.
- [19] P. Purwanti, S. Sarwani, and D. Sunarsi, “Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia,” *Inovasi*, vol. 7, no. 1, p. 24, 2020, doi: 10.32493/inovasi.v7i1.p24-31.5442.
- [20] M. Muhajirin and K. Kamaluddin, “Orientasi Pasar dan Inovasi Produk

- Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Tenun Gedogan Kota Bima),” *Jmm Unram - Master Manag. J.*, vol. 8, no. 4, pp. 490–502, 2019, doi: 10.29303/jmm.v8i4.474.
- [21] B. P. Renita Helia, Naili Farida, “Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo),” *J. Soc. Polit. Sci.*, pp. 1–10, 2015.
- [22] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)*. Alfabeta, 2017.
- [23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI, 2016.
- [24] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- [25] Umar H, *Deasain Penelitian MCDM dan Prilaku Karyawan*. PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- [26] H Suprpto, *Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2017.