

DAFTAR PUSTAKA

- Afni, R. (2021). Pengaruh Covid - 19 dan Minat Kuliah Terhadap Penerimaan Mahasiswa Baru (Studi Kasus Akpar Medan Hotel School). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*, 01(02), 1–9.
- Amabile, T. M. (1983). The Social Psychology of Creativity. In *The Social Psychology of Creativity*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5533-8>
- Ayuarni, A. (2021). PENGARUH PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN INOVASI PRODUK KOSMETIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. ORINDO ALAM AYU CABANG PEKANBARU Oleh: Aslamia Ayuarni. *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau*, 8, 1–14.
- Ayuningtyas, R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 15(1), 14.
- Bhaktiar, R. E., & Harris, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Di Kantor Pajak Pratama Cimahi). *Bisnis & Teknologi*, 12, 49–61.
- Cahyadi, L. M. (2021). *STRATEGI MARKETING UNIT PELAKSANA TEKNIS PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA HUBUNGAN MASYARAKAT*.
- Febriyanti, R. S., & Anik, W. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 3.

- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing Digital Technology A New Strategic Imperative: Findings from the 2013 Digital Transformation Global Executive Study and Research Project. *MIT Sloan Management Review*, 1–16. <http://sloanreview.mit.edu/faq/>
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf*.
- Harsasi, M. (2012). Inovasi dan Strategi Produk. *Inovasi Dan Strategi Produk*, 1–38.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Henfridsson, O., Mathiassen, L., & Svahn, F. (2014). Managing technological change in the digital age: The role of architectural frames. *Journal of Information Technology*, 29(1), 27–43. <https://doi.org/10.1057/jit.2013.30>
- Kandampully, J. (2002). Innovation as the core competency of a service organisation: The role of technology, knowledge and networks. *European Journal of Innovation Management*, 5(1), 18–26. <https://doi.org/10.1108/14601060210415144>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Lambert, D. M., & Cooper, M. C. (2000). Issues in supply chain management in Indian agriculture. *Food for Policy*, 83, 195–225. <https://doi.org/10.1017/UPO9788175968462.008>
- Latus Hermawan dkk. (2015). Pemanfaatan Augmented Reality Sebagai Media Informasi Kampus Menggunakan Brosur. *Sentika*, 2015(Sentika), 81–88.
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation

- management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 41(1), 223–238. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/411.03>
- Philip, K., & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing management*.
- Sanjaya R, & Widiatoro A. (2021). *Pemanfaatan Augmented Reality dalam Pemasaran Digital*.
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.9>
- Santoso, M., Sari, C. R., & Jalal, S. (2021). Promosi Kampus Berbasis Augmented Reality. *Jurnal Edukasi Elektro*, 5(2), 105–110. <https://doi.org/10.21831/jee.v5i2.43496>
- Shimp, A. T., & Andrews, Craig, J. (2013). Advertising, Promotion and Other aspects of Integrated Marketing Communications. *Cengage Learning*, 9, 614.
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi* (1st ed.). Andi.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). *Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image*. 4(1), 315–330.

<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>

Urbinati, A., Chiaroni, D., Chiesa, V., & Frattini, F. (2018). *The role of digital technologies in open innovation processes : an exploratory multiple case study analysis*. 1–25. <https://doi.org/10.1111/radm.12313>

Yulius, Y. (2021). MANAJEMEN KREATIF DAN INOVATIF Disusun Oleh Dr .
Yosandi Yulius , MM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPI Y . A . I.
Modul, 1–36.

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

