

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Greens Food and View Café Bandung*.
- Agustina, V., & Sutisna, N. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Kfc Kisamaun Tangerang. *Skripsi*, 1, 1–7.
- Akdon, R. (2011). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Alamsyah, N. A., & Fikri, M. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian : Peran Mediasi Dari Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 7(2), 128. <https://doi.org/10.30587/jre.v7i2.8250>
- Amar, A., Suhardi, A. M., & Hasbi, A. R. (2023). Analisis Dampak Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Tea House Masamba. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(2), 2269. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3524>
- Anam, S. (2013). Menurut (Lovelock, Christopher, 2007) kualitas pelayanan jasa merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang diberikan perusahaan baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi sert.
- Ardisa, F. V., Sutanto, J. E., & Sondak, M. R. (2022). the Influence of Digital Marketing, Promotion, and Service Quality on Customer Repurchase Intention At Hub22 Lounge & Bistro Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 854. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.5332>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Rineka Cipta.
- Arsito Ari Kuncoro. (2022). *Digital Marketing*. Universitas STEKOM.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Christopher, Lovelock and Lauren, W. A. bahasa A. W. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Cetakan Kedua*. PT. Indeks.
- Desfitriady, Afifah, W. N., & Ikrimah, A. L. M. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen*, 7(2), 125–

136.

Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.

Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. Competitive*, 16(1), 32–41.
<https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171>

Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Hening-Thurau, T., Gwinner, K. ., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.

<https://restaurantguru.com/Chung-Gi-Wa-Semarang>. (n.d.).

<https://www.facebook.com/koreanbbqsemarang/>. (n.d.).

https://www.instagram.com/chung_gi_wa_semarang?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==. (n.d.).

https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g297712-d7141301-Reviews-Chung_Gi_Wa_Korean_BBQ-Semarang_Central_Java_Java.html. (n.d.).

I Gusti Ayu Dhita Puspita Dewi, Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja, D. M. (2024). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Serayu Denpasar*. 5(2).

Instagram. (2025). *Chung Gi Wa Official (@chunggiwa.id)*.
<https://www.instagram.com/chunggiwa.id>.

Jonathan Lucky, A. B. (2025). Pengaruh Search Engine Optimization Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk Missilshop. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 7(3), 2.
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v9i3.1970>

Kotler, Philip; Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, Philip., & G. A. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 Terjemahan Bob Sebran*. Erlangga.

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

La Jejen, L. S. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(3). <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>

Leong, H., Retnawati, B. B., & Irmawati, B. (2021). How far the digital marketing innovation done by natural raw material MSMEs during the pandemic? Case of Magelang Region, Central Java Region, Indonesia. *Journal of Social and Economic Technology and Policy (JSETP)*, 1(1), 68–83. <https://journals.researchsynergypress.com/index.php/jsetp/article/view/643>

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>

Naufal Rifqi Fairuzamily, P. S. (2024). 1408INFLUENCER MARKETINGIN SOCIAL MEDIA: THEIR EFFECTS ON TRUST AND PURCHASE DECISION IN A RESTAURANT CONTEXT. *Jurnal Cahya Mandalika*, 3(5), 6.

Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Malang*, 22(1), 1–7. <https://media.neliti.com/media/publications/85863-ID-pengaruh-word-of-mouth-terhadap-keputusa.pdf>

Oktavia, W., Riana, N., & Hidayat, E. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian di Grafika Cikole Lembang. *Manajemen Dan Pariwisata*, 2(1), 25–38. <https://doi.org/10.32659/jmp.v2i1.252>

Pradiani, T. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 134–145.

Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media.

Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 906. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>

Rahma Niam Isnaini, & Arqy Mirzam Ahmad. (2025). Peran Teknologi Digital

Dalam Perubahan Pemasaran: Tinjauan Literatur Dalam Dampak E-Marketing Terhadap Daya Saing Bisnis. *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 13(1), 3.

- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Sandiva, T. V, & Veri, J. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Pertumbuhan Penjualan UMKM Tinjauan Menggunakan Metode Systematic Literature Review: Analysis of the Influence *Journal Islamic Economics Ad ...*, 4(September), 85–93.
- Sangadji, E. M. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Saputro, A. (2018). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBENTUK BRAND IDENTITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENSI TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK MARKOBAR. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/7087/6437>
- Sekaran, Uma, and R. B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th ed. Wiley.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suliko. (2024). *Proses Keputusan Pembelian*. NAMAHA.
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v1i1.23>
- Susanto, V. I., & Alexander, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood di Kota Tangerang. *Nikamabi*, 2(2), 42–52. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2583>
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.

Tjiptono, F. (2019). *PEMASARAN JASA : Prinsi, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. Sage.

Waluyo, E. et all. (2024). Analisis Data Sample Menggunakan Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Uji Anova Dan Uji T. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, 2(6). <https://j-economics.my.id/index.php/home/article/view/186/220>

Yuliawan. (2021). PELATIHAN SMARTPLS 3.0 UNTUK PENGUJIAN HIPOTESIS PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 5(1), 43–50.

