

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *Winter Jurnal*.
- Alimin, A. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern (Cet1)*. Seval Literindo Kreasi.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk. *jurnal studi manajemen dan bisnis*.
- Amstrong, K. d. (2020). *Principles Marketing*. Pearson Management.
- Anastasia, T. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia.
- Andini. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Cleo di kota paraya. *Solid-Volume*.
- Aprilianto, T. (2018). E-MARKETING DENGAN MEDIA JEJARING SOSIAL UNTUK PENINGKATAN OMSET PENJUALAN. *UNMER Malang*.
- Arafah. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Jakarta: Pt. Inovasi Pratama Internasional.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ANGKRINGAN NINETEEN. *JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA, Vol 1 no 10*, 2809-1620.
- Arinawati, S. (2021). *Penataan Produk*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Athorrahman, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 160-170.
- Choirun' Nida Hasibuan, A. M. (2020). Pengaruh Promosi, dan Harga terhadap keputusan pembelian Produk Shampo Rejoice 3 In 1 Hijab (Studi kasus pada Mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *. Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 161-171.
- D.T, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk air mineral Cleo dikota paraya. *Solid-Volume*.

- Dias Nurmalasari, B. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*.
- Dr.Sugiyono, ,. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.
- Edwin Zusrony, S. M. (2020). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. Jln Majapahit No 605 Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Erina Alimin, E. D. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. : Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL) .
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Online Public Access Catalog.
- Fathorrahman, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Market Place Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* , 160-170.
- Fatmaningrum, S. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* .
- Fionita, U. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11.
- Firmansah, D. M. (2019). *Pemasaran produk dan merek*. Surabaya: Qiara Media.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J., & Tamengkel, L. F. (2021, Desember). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Jurnal Productivity*, vol 2 no 1, 69-72.
- Gunawan, P. A. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Marketing*. Pt. Inovasi Pratama Internasional.
- Indrasari. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Jawa Timur, Indonesia: UNITOMO PRESS.
- Ismail Yogi Indra Pranata, Z. W. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE LAZADA INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Keller, K. &. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kelvin Prilano, A. S. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1-10.

Kotler & Armstrong, .. (2020). *Pemasaran Management*.

Kotler & Armstrong. (2019). *Pemasaran Management*.

Kotler & Armstrong. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler & Keller. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Dinas Tirev.

Kotler & Keller. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kotler. (2021). *Manajemen Pemasaran (13th ed)*. Erlangga.

Krisna, A. A. (2021). *Media Sains Indonesia*.

Kunda, F. F. (2023). *Pengantar Bisnis: Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran dan Operasional*. Jakarta: Global Eksekutif Teknologi.

Lina Katrin, n. (2020). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN JAVANA BISTRO BANDUNG. *JOURNAL GASTRONOMY TOURSIM*.

Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022, Juni 22). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. *Jurnal Matua, Vol. 4, No. 2 376, Vol. 4, No. 2 376, 375-386*.

Matondang, A. &. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. DeePublisher.

Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2022, Desember). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science, Vol. 1, No. 01, 51-62*.

Mega Selvia, A. L. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan . 320-330.

- Mega Selvia, A. L. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS. 320-330.
- Miguna Astuti, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen pemasaran*. JI Rajawali Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Mujib. (2022). *Manajemen Pemasaran Syahriah*. Jakarta: Umsurabaya.
- Mulyana, S. (2021, Juni 2). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda, Vol 7 No.02*, 186-195.
- Musfar. (2020). *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nabila Iwan Sahara, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*.
- Nasution, S. L. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE ((Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal ECOBISMA*.
- Nora sinulingga, H. s. (2023). *Perilaku Konsumen (Strategi dan teori)*. IOCS Publisher.
- Novitasari, A. T. (2022). *Strategi UMKM bertahan di masa pandemi*. Cirebon: DeePublish.
- Nugroho, D. (2019). *Perilaku Konsumen*. Kharisma Putra Utama.
- Nur Ika Effendi, D. M. (2022). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Nurliyanti. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan brand image terhadap keputusan pembelian . *JIHHP*.
- Nurmalasari, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*.

Olson, P. &. (2018). *Perilaku Konsumen*.

PRASETYA, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos (Studi Kasus Pada Kantor Jawa Pos Radar Semarang). *Jurnal Ilmiah Aset*.

Purboyo, K. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual Dan Praktis)*. Media Sains Indonesia.

Purnasari. (2021). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan mix method*. Jakarta: Guepedia .

Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *ournal Management, Business, and Accounting*.

Rahmad Wijaya, L. D. (2022). *Mengulik Bisnis Transmart Carrefour*. PUSTAKA PERADABAN.

Regita, P. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy.

Rifqi suprato, M. Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Desa Pulung, kab. Ponorogo : Myria Publisher.

Rinnanik, P. S. (2021). *Ilmu Manajemen di era 4.0*. Penerbit Adab.

Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di era masyarakat industri 4.0*. Jakarta: DeePublish.

Rudy, H. &. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Duta Media Publishing.

Sahir, S. H. (2022). *Metode penelitian* . Medan: UMA.

Saputra, N. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Setiawan, M. D. (2020). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli yang berdampak kepada keputusan pembelian pada pelanggan Aprilia Bakkery . *jurnal pemasaran kompotitif*, 59-65.

Setyawati, R. (2022). *Manajemen Pemasaran Di Era Bisnis Yang serba cepat*. Media Nusa Creative.

Shinta, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Elektronik Pertama.

SIGIT HARI PRASETYA. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos (Studi Kasus Pada Kantor Jawa Pos Radar Semarang). *Jurnal Ilmiah Aset*.

Sisca, M. S. (2021). *Pemasaran Dasar Dan Konsep* . Yayasan Kita Menulis.

Slamet, R. (2018). Akuntansi Manajemen. *Zifantama Publisher*.

Sri Rahayu, P. A. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman. 2652-2660.

Steven, S. M. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN (TEORI DAN IMPLEMENTASI)*. Jalan Banjaran. Kabupaten Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.

Sucihati, R. N. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK SEMONGKAT. *SAMALEWA* .

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. PUSTAKA ABADI.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.

Suhendra, E. P. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS ketenagakerjaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*.

Swaradana, W. (2020). ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN (CRM). *Journal of Science and Social Research*.

syahza, A. (2021). *Metode penelitian* . Pekanbaru: UNRI Press.

T.F, M. (2020). *Manajemen Pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.

Tjiptono. (2020). *manajemen pemasaran*. Andi.

Tjiptono, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Yogyakarta : Andi, 2020.

Tjiptono. (2020). *Pemasaran Strategik (4th ed)*. Jakarta: Andi Offset.

Tolan, M. S., Pelleng, F. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Jurnal Productivity*, Vol. 2 No. 5, 360-364.

Wahidah. (2021). Definisi Operasional Variabel. *IAIN Kudus Repository*.

Wahidah. (2021). Definisi operasional variabel. *IAIN Kudus Repository*.

Wahyuni, N. A. (2020). *Panduan Pendirian*. CV Media Sains Indonesia.

Waluyo. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Madza Media.

Wardani, I. Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA 200 CAFE AND FOOD DI KOTA MALANG. *Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang*.

Wardani, I. Y. (n.d.). Pengaruh kualitas produk dan Promosi Penjualan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada 200 cafe and food di kota malang. *JUBIS*, 3(2), 89-100.

Y, A. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Jakarta: Pt. Inovasi Pratama Internasional.

Yenni Arfah, S. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT. INOVASI PRATAMA INTERNASIONAL.

Yuliantari, K. (2018). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen tukang rot.com di bekasi. *Akrab Juara*.

Yusuf. (2021). *The Influence Of Product Innovation and Brand Image on Costumer Purchase On Oppo Smartphone*. Tangerang City: Humanities And Social Science.

Zamora, R. (2023). *Perlindungan Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Absolute Media.