

## DAFTAR PUSTAKA

- Diatmika Wahma (2020) „Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian“, *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 5(3), pp. 248–253.
- Dilasari, E.M. and Yosita, G. (2022) „Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung“, *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), pp. 25–42. Available at: <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019) „Buku Pemasaran Produk dan Merek“, *Buku Pemasaran Produk dan Merek*, (August), p. 336.
- Elaman, D.O. and Agustin, S. (2019) „Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Sipulung di Surabaya“, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5), pp. 1–18. Available at: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2188>.
- Firmansyah, F. (2021) „Pengaruh Environmental Concern Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Produk Upcycled Geometric Creation“, *Performa*, 4(6), pp. 852–861. Available at: <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1709>.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendratono, T., Mm, S.E. and Santosa, A.D. (2017) „the Effect of Perception of Price and Quality of Service on Purchase Decision on Travel Agent Online

- Agent in Jakarta”, *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2), pp. 294–374.  
Available at: <http://journal.ubm.ac.id/>.
- Indrasari, D.M. (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Vaitomo Press.  
Available at: [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.pdf).
- Masitoh, R.D.S. and Sri W H, M.A. (2022) „Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Crispi Jamur Bobby”z di Desa Sukorejo Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung”, *ADILLA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari’ah*, 5(2), pp. 80–91. Available at: <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i2.3268>.
- Oktavianti, R. and Budiarti, A. (2021) „Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya)”, *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(1), pp. 112–127. Available at: <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.216>.
- Putra, N.A.R. (2022) „Pengaruh Cita Rasa, harga, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Rumah Teduh (Tinjau Hukum Perlindungan Konsumen)”, 9(1), pp. 53–60.
- Putri, Y. and Rahmawati, W. (2021) „Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nutrijel di Kota Padang”, *Jurnal Pusat Akses Kajian Manjaemen*, 1(1), p. 25. Available at: <https://doi.org/10.32493/skr.v8i1.9716>.
- Ratela, G.D. and Taroreh, R. (2016) „Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas

- Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffee Island”, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (EMBA)*, 4(1), pp. 460–471.
- Saputra, F.A. (2022) „Analisis Strategi Pemasaran Pada Kamsia Boba Cabang Teluk Betung Selatan Bandar Lampung Dalam Menghadapi Masa Pandemi Covid-19”, 1(7), pp. 1019–1028.
- Sari, D.C. *et al.* (2021) „Manajemen Pemasaran”, *Cv. Media Sains Indonesia*, 1, pp. 1–38. Available at: [www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id).
- Sugiyono (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 2nd edn. Edited by Sutopo. Bandung: ALFABETA, cv jl. gegekalong hilir no.84 Bandung.
- Sujarweni, V.W. (2014) *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Syamsuri, A.R. *et al.* (2021) „Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Basic Wajah MS.GLOW”, *Bisnis Mahasiswa*, pp. 215–224.
- Yusuf, C. and Purwaningsih, E. (2020) „Corporate Social Responsibility Sebagai Promosi Perseroan Terbatas”, *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 49(4), p. 860. Available at: <https://doi.org/10.21143/jhp.vol49.no4.2345>.
- Zulfikar, R.S., Sutikno, B. and Hastari, S. (2022) „Pengaruh Promosi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cv. Rima Jaya Di Pasuruan”, *Jurnal EMA*, 7(1), p. 34. Available at: <https://doi.org/10.47335/ema.v7i1.163>.