

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iquid Vapor Brew.Ox Juice Di Surakarta. In *Stie Aub*.
- Arif, F., Maria Valeria, R., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 7–16.
- Barton, M. L., & A. Weitz, D. G. (2019). *Retailing Management* (View all formats and editions (ed.)). McGraw-Hill Education. <https://search.worldcat.org/en/title/1002213689>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(2013), 1–15. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Dwi, N. (2022). *Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Sebagai Tinjauan Keputusan Pembelian Thirif Shop Online Instagram @TEMBOKBERITA2ND*. 9, 356–363.
- Eben, E. N., Lumanauw, B., & Trang, I. (2023). Pengaruh Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah Di Perumahan Sawangan Permai Minahasa. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 796–806. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.50231>
- Eka, A. P., & Evelyn, F. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Vape pada Toko U-Ang Vapor di Kebumen*. 08(2), 1348–1363. <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/acdes147>
- Ekamurti, M., & Soeprajitno, E. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemebelian Susu Maxinos Pada CV Bahari. *Dharma Ekonomi*, 29(1), 32–47. <https://doi.org/10.59725/de.v29i1.43>
- Ela, D. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/Perilaku_Konsumen_Perilaku_Konsu men_Makalah_Perilaku_Konsumen
- Fantura, R., Achadi, H. A., & Urip, C. R. (2024). *Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen di Luckys Vapor Purwokerto*. 21, 38–47.
- Firulla, A. R. E., Soeprajitno, E. D., & Widodo, M. W. (2023). Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 2, 803–813. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3256>
- Gavrila, A. (2025). *Kupas Pola Konsumsi Vape di Indonesia Lewat Angka Tren*

konsumsi nikotin modern di Indonesia meningkat, data ungkap fakta mengejutkan. Goodstar. <https://goodstats.id/article/poods-vape-dan-nikotin-modern-mengupas-pola-konsumsi-gen-z-lewat-angka-ABesP>

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics* ».

Hariyono, D. F., Dyah, I., & Paramitha, D. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Mikro Ud. Al Mubarakah Pare. *Senma*, 1(1), 1–12.

Harnady, F. A., Wahono, B., & Asiyah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Prabujaya Malang). *Fakultas Ekonom Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 4, 81–95. www.fe.unisma.ac.id

Haryono, D. (2022). Menguji Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik Di Soloraya. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 121. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i1.101>

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

Irwan, A. U., Prahasto, D., & Proandari, ari notalia. (2022). *Metode Penelitian: Prinsip Dan Aplikasi Untuk Manajemen Rumah Sakit* (I. D. Adi Utarini (ed.)). UGM PRESS.

Kelvinia, M. Umar Maya Putra, nasrul E. (2021). *Pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian* 1 1, 3. 11, 85–98.

Kolter, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas jilid 2* (A. M. S.E & S. S. Yayat Sri Hayati (eds.)). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Pearson Ed). Pearson Educatio.

Kotler, P. dan K. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Erlangga.

Kotler, P., Keller, K. L., & Alexander, C. (2022). *Marketing management* (Sixteenth). Pearson Education Limited,. <https://search.worldcat.org/en/title/1250430284>

Lestari, R. Y., Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2021). Analisis Store Atmosphere, Lokasi Usaha, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Homely Koffee Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6 (1)(2), 347–359. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/708>

Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan*

Bisnis Universitas Sam Ratulangi, 8(4), 11–20.

- Mahdinar, S., & Leki, R. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Alat Rokok Elektronik (VAPE) Di PT. Strategi Mulia Mandiri Di Banjarmasin. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Mandung, F., & Hasan, S. (2020). Buku Referensi Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Olivia, N. E. D., & Ayu, P. D. (2023). *Keputusan Pembelian Di Online Shop Callathrif Nganjuk*. 179–188. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3801>
- Philip, K., & Kelle, K. L. (2021). *Marketing Management*.
- Pistiawan, N. P. (2022). *tinjauan keputusan pembelian harmony food & coffe dengan analisa kualitas produk, poromosi dan lokasi*.
- Pratiwi, & Dwi, V. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Dscarpashop. *Manajemen Pemasaran*.
- Prayoga, N. A. T., I Gusti, A. M., & Made, S. P. (2025). *Pengaruh Kelompok Referensi, Kelengkapan Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko FTS Vaapor Store Dalung*. 6, 63–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.36733/emas.v6i4.6680>
- Rachman, Z. O., Maheri, S. S., & Saputra, B. M. (2022). Strategi Promosi Pemasaran Di Kind English Course Kampung Inggris Pare Kediri. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(3), 18–33. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v1i3.427>
- Ramdhani, M. F. A., & Nugraha, T. R. C. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Liquid Bercukai Di Djaway Vape Store Di Pandeglang. *NIAGARA Scientific Journal*, 15(1), 40–53. <http://kampus.stiabanten.ac.id/ojs/index.php/niagara/article/view/15>
- Romadhon, A. A., Solihin, D., & Nurfitriani. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vape di Toko AMW Samarinda. *Bisnis Digital Dan Kewirausahaan (MEKANISDA)*, 1(1), 32–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.31293/jma.v13i1.7732>
- Safitri, N. A. (2023). *Pemasaran*. Penerbit K-Media.
- Safrudin. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Kolam Renang Tirtojoyo Ponorogo*.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

- Shendy Andrie, W., Yusita Titi, H., & Asalia, M. (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Rokok Elektrik (VAPE) Pada G VAPE Jember. *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan*, 14(2), 75–84. [https://doi.org/10.25299/perspektif.2023.vol14\(2\).12045](https://doi.org/10.25299/perspektif.2023.vol14(2).12045)
- Shodikin, R., & Rahmawan, G. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Brand Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Boze Vape Store Kartasura. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 46–54. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i2.2079>
- Simamora, M. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Lokasi Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Batang Kuis (Studi kasus PT. Dio Putra Properti Real Estate Indonesia). *Repository.Uma.Ac.Id*, 1–97.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Alfabeta Bandung. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiono, A., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mie Baso Elvira Veteran Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (JISMA)*, 1(3), 363–368.
- Tarudin, R. (2015). Strategi Periklanan Yang Efektif. *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif, II*(Vol. 2 No. 1 (2015): Jurnal Al Kitabah), 107–116.
- Thamrin Abdullah, F. T. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1, C). Rajawali Pers.
- Tias, A. T. W., Nadhiroh, U., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Liquid Vape Juta Juice Pada Pasukan Asap Vape Store Kediri. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(4), 51–60.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (A. Diana (ed.)). Andi Offset.
- Wahyuningtyas, S. Z., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada ayam Geprekku Bandung Tulungagung. *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 4248–4362.
- Williams, D., Lupano, J., & Walangitan, O. F. C. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Vape di Area 51 Manado. *Ilmu Administrasi*, 1, 185–192.

Wuntuan, O. P., Tampi, D., Rogahang, J., & Bisnis, P. S. I. A. (2020). Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Dream Vape Store. *Productivity*, 1(5), 390–393.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/30566>