

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N. F., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2024). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MC DONALDS KOTA KEDIRI. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3.
- Anna Wulandari, H. M. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Aziziyah, N. A., & Hakimah, E. N. (2021). Dampak Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 645–649.
- Chairani, 1. Tri Buana Tungga Dewi, 2. Monry Fraick Nicky Gillian, R., Setiawan, 3Ananda, & Bahar, 4. Syaripudin. (2024). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN GULA MERAH PADA PEDAGANG DI KECAMATAN KUSAN HULU Tri*. 12(3), 440–448.
- Dema, & Rokhman. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 213–234.
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2021). *PEMBELIAN PRODUK MEREK ALDO (STUDI KASUS DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA)*. 189–199.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Ir. Dian Meliantri, M. (2023). PRODUK DAN MEREK. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1).
- Khasanah, A., Hakimah, E. N., & Kurniawan, R. (2022). Analisis kualitas produk, harga, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian skincare ms glow. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 543–551. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1853%0Ah>
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/1853/1427>
- Maulana, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i3.335>
- Meriyana, R., Suprpto, P. K., & Hernawati, D. (2020). EFEKTIVITAS MODEL DISCOVERY LEARNIN G TERHADAP KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS PESERTA DIDIK PADA SUB KONSEP BRYOPHYTA DAN PTERIDOPHYTA DI KELAS X SMA IT. *Jurnal Universitas Siliwingi*, 2(2), 64–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/metaedukasi.v2i2.2512>

- Octadyla, M. M., Maulana, C. Z., & Diem3, M. J. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 254–267.
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., Dirgantari, P. D., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. *Edunomika*, 08(01), 1–6.
- Praditasetyo, D., & Saputri, M. E. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE INDONESIA THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGH THE TIKTOK APPLICATION ON ONLINE PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE INDONESIA. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6507–6517. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16517>
- Pramita, S. D., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE GACOAN KOTA KEDIRI. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 1124–1134. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4820/3842>
- Rahmatika, A., & Indiani, N. L. P. (2024). PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI PRODUK UMKM. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 21(April), 92–103.
- Ristani, V., & Nurdin, H. (2021). ANALISIS HARAPAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA SAAT PANDEMI COVID-19. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 3(1), 52–62. <https://media.neliti.com/media/publications/373028-analysis-of-customer-expectations-and-tr-2bcffb16.pdf>
- Santoso, H. D., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). PERAN KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WEDDING ORGANIZER LISKANGANJUK. *JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES*, 2(3), 1282–1286. <https://repository.unpkediri.ac.id/13871/>
- Shodiq, M. F., & Muslih, B. (2023). *International Conference on Economy , Management , and Business (IC-EMBus) Why Use CM , SEO and SMM : How Far Digital Marketing Strategies Influence Purchase Decisions ? 1*, 1561–1572.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Fkip Uhamka*, 309.

Syarifudin, SE., M. (2019). *Citra Merek dan Dampaknya Loyalitas Pelanggan*. 6.

Trimukti, A. F., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY SPSPORTWEAR KEDIRI Andi. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 1073–1081.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4820/3842>