

## DAFTAR RUJUKAN

- A. Hamdani, Rambat Lupiyoadi. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Aaker, D. (2009). Managing Brand Equity ([edition unavailable]). Free Press. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/779046/managing-brand-equity-pdf> (Original work published 2009)
- Aggarwal, C. C., & Yu, P. S. (2001, May). Outlier detection for high dimensional data. In Proceedings of the 2001 ACM SIGMOD international conference on Management of data (pp. 37-46).
- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). Analisis Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818.
- Alamsyah, A. R., & Hasan, G. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Promotion Mix pada UMKM Berry Catszone Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), 39-46.
- Amrullah et al., 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2).
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Arfianto, Hariz & Febe Y.R.I. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAMBAL TENDO. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7 (2), 141-157.
- Arianty, Nel (2016). Manajemen Pemasaran. Medan: Perdana Publishing.

- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian : Daring dan Pemasaran. Jakarta: Penerbit Grasindo. Hal 164.
- Asmoro, A. Y. M., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UD Tape 31 Bondowoso. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(11), 1–18.
- Banurea, S. R., & Riofita, H. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonodinamika: Jurnal Ekonomi Dinamis*, 6(4).
- Basu, Swastha. 2010. Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta. BPFE UGM.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. Routledge.
- Devi, Alia & Uus MD Fadli. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1 (5), 113-123.
- Duncan, T., & Moriarty, S. E. (1998). A communication-based marketing model for managing relationships. *Journal of marketing*, 62(2), 1-13.
- Dwintri Nata, S., & Sudarwanto, T. (2022). Effectiveness of Brand Image, Content Marketing, and Quality Product on Purchase Decision of J-GLOW Products. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1).
- Fairliantina, N. I. R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee: Kualitas Produk, Promosi, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 18-29.
- Fandy Tjiptono. (2012). Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Ghozali, Imam. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.

- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Penerbit Insania.
- Hidayat, Agus Rahmad et al., (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sambal Teri Bajak Medan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4 (4), 7034-7043.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 154-166.
- Hulima, J. S., Soepono, D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Ismiatun, Dewi et al., (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11 (4), 764-773.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016) Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing 17<sup>th</sup> Edition*. Pearson Education Limited: United Kingdom.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup>*. Pearson: New Jersey.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15<sup>th</sup>*. Pearson Education Limited: England.
- Kumalasanti, M. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Yogyakarta. 6(1).

- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Nazurah Hijab di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal*, 4(2), 375-386.
- Mal, Lydia Herlina., & Mertayasa, I Gede Agus. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal*, Vol.13, No.1.
- Maulana, M. I. N. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa*, 5(6), 512-521.
- Moko,Wahdiyat. (2021). Manajemen Kinerja Teori dan Praktrik. Malang : UB Press.
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *EProceedings ...*, 8(5), 6394–6403
- Rachmad, Y. E., Erwin, E., Hamid, R. S., Suarniki, N. N., Ardyan, E., Syamil, A., & Setiawan, Z. (2023). *PSIKOLOGI PEMASARAN SOCIETY 5.0: Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2192-2107.
- Rangkuti, Freddy. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, Rani et al., (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Mixue. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5 (2), 6011-6023.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 381-387.
- Sihombing, P. R., Suryadiningrat, S., Sunarjo, D. A., & Yuda, Y. P. A. C. (2022). Identifikasi data outlier (pencilan) dan kenormalan data pada data univariat

- serta alternatif penyelesaiannya. *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, 2(3), 307-316.
- Siwu, Ribka et al., (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bentenan Center Sonder Minahasa. *Productivity*, 3 (6), 514-519.
- Subagja, Tomo et l., (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Original Kopi Di Gerai Kacang Pedang, Kota Pangkalpinang. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7 (1), 136-146.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaj, K., & Pfoertsch, W. (2024). Introducing 5es marketing-mix: A new framework for effective marketing in the digital age. *Academy of Strategic Management Journal*, 23(2), 1-15.
- Suryani, Mufid, Nida Nusaibatul Adawiyah, and Erlin Beliya. 2022. "Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19." 1(1):49–74.
- Tanjung, J. R., & Rahman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Pekanbaru. *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 27-45.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tovarel, M. J. R., Wahidah, N. N., Hidayatullah, W., & Malik, A. (2024). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ladyfame Shop Di Bandar Lampung. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 122-132.
- Veranika, H., Miladiah, N. S., Yulyanti, A., Meliyawati, W., Ipan, I., & Alam, S. (2025). PERAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI BUKU" MENJADI MANUSIA BERKARAKTER". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 109-115.

- Warningrum, S. L. (2023). Pengaruh promosi produk dan harga terhadap keputusan pembelian skincare Skintific pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 13-21.
- Widodo, A., Yusiana, R., & Anggi, S. (2017). How E-marketing and trust influence online buying decision: A case study of mataharimall.com in Bandung. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25(August), 107–114.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.
- Aldyawan, Aling, dan Dodi Kusuma Hadi Soedjoko. 2021. “Analisis Hubungan Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Depot Tommy Kediri.” In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, , 786–94.
- Amstrong, Gary. 2012. “Philip, kotler.” *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo*.
- Dandi, Ahmad, Restin Meilina, dan Sigit Wisnu Setya Bhirawa. 2024. “Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Adin FE Kediri.” In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, , 565–74.
- Hidayat, Agus Rahmat et al. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Berbasis Kearifan Lokal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sambal Teri Bajak Medan.” *INNOVATIVE : Journal Of Social Science Research* 4: 7034–43.
- Ifanisari, Dilla Putri, dan Basthoumi Muslih. 2024. “PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN TELL KOPI KEDIRI.” *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis* 3: 594–604.
- Prakoso, M Fajar Agel, Ema Nurzainul Hakimah, dan Rino Sardanto. 2021. “Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kedai Kopi

Kembang Sore Di Pujon Malang.” In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, , 1021–27.

Reta, Tiara Angga, dan Poniran Yudho Leksono. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo.” *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis* 1: 437–43.