

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak, and Anik Yuesti. 2019. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*. edited by I. N. Suardhika. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Ahmaddien, Iskandar, and Yofy Syarkani. 2019. *Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS*. edited by E. Warsidi. Bandung: ITB Press.
- Anggraeni, Tia Chisca, Wahyu Widjayanti, and Andra Bening Ibra Puspita. 2023. "Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(1):40–51. doi: 10.56127/jekma.v2i1.428.
- Arifin, Atwal, and Desy Setyaningrum. 2022. "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Citra Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10(1):420–27.
- Arioen, Refi, Hi Ahmaludin, Junaidi, Indriyani, and Wisnaningsih. 2023. *Metodologi Penelitian*. Edited By S. Mustakim. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Aslamia Rosa. 2021. "Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Top 10 E-Commerce Di Indonesia Kuartal I Tahun 2020 Dengan Melihat Posisi Lazada Masih Menduduki Posisi Ke 4 Yang Menunjukkan." *Ejournal Unib*. 1–8.
- Budiono, Aris. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 17(02):1–15. doi: 10.25134/equi.v17i02.2664.
- Christianto, Bagas Rian, and Dwi Anjar Astono. 2023. "Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Jilid 574." *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi* 9(3):504–13. doi: 10.53008/kalbisiana.v9i3.731.
- Fahrezi, Ahmad, and Uuh Sukaesih. 2023. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta)." *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 2:189–99. doi: 10.36441/snpk.vol2.2023.117.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Fraya, Venny. 2023. "Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass." *Junal Ilmiah Metadata* 5(2):350–72.
- Handaruwati, Indah. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Inspirasi Ekonomi* 5(1):2503–3123.
- Hartini, Sri, and Dewi Ratna Sari. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea." *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen* 2(1):31–42. doi: 10.52005/bisnisman.v2i1.15.
- Hastuti, Maria Agatha Sri Wdyanti, and Muhammad Anasrulloh. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 8(2):99–

102. doi: 10.51747/ecobuss.v8i2.622.

- Hernikasari, Innes, Hapzi Ali, and Hadita Hadita. 2022. "Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(3):329–46. doi: 10.31933/jimt.v3i3.837.
- Infante, Allyana, and Rahayu Mardikaningsih. 2022. "The Potential of Social Media as a Means of Online Business Promotion." *Journal of Social Science Studies (JOS3)* 2(2):45–49. doi: 10.56348/jos3.v2i2.26.
- Jain, Riddhisha, Ms Riddhisha Jain, and Sanjeev Jain. 2022. "Analyzing and Exploring the Effectiveness of Each Element of 7Ps of Marketing Mix." *International Journal of All Research Education and Scientific Methods (IJARESM)* 10(1):2455–6211.
- Jasmani, Jasmani, and Denok Sunarsi. 2020. "The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang." *PINISI Discretion Review* 1(1):165. doi: 10.26858/pdr.v1i1.13409.
- Jazuli, Mohammad Hasan, Edy Kusnadi Hamdun, and Siti Soeliha. 2023. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 2(4):793. doi: 10.36841/jme.v2i4.3481.
- Khorsheed, Rebaz Khaleel, Daroon Faridun Abdulla, Bestoon Abdulmaged Othman, Hazhar Omer Mohammed, and Zana Majed Sadq. 2020. "The Role of Services Marketing Mix 7P's on Achieving Competitive Advantages (The Case of Paitaxt Technical Institute in Kurdistan Region of Iraq)." *Test Engineering and Management* 83(May-June):15947–971.
- Komari, A., L. D. Indrasari, A. Y. Tripariyanto, and S. Rahayuningsih. 2020. "Analysis of SWOT Marketing Strategies and 7P Influence on Purchasing Decision." *Journal of Physics: Conference Series* 1569(3). doi: 10.1088/1742-6596/1569/3/032002.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. 2001. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and K. .. Keller. 2016. *Marketing Mangement*. 15th ed. Essex-England: Pearson.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *A Framework for Marketing Management*. Sixth edit. New York City: Pearson.
- Lestari, Putri, and Muchammad Saifuddin. 2020. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 3(2):23–31. doi: 10.15642/manova.v3i2.301.
- Lila, Sandy Immanuel, Robert Winerungan, and Angmalisang Stefani. 2020. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Tuna Dwipa Matras Pos Tondano." *Manajemen Dan Kewirausahaan* 1(2):16–21.
- Lukito, Wibi Anindra, and D. Lukito Fahmi. 2020. "Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa." *Journal of Economics and Accounting*

1(2):90–95.

- Mandira, I. Made Chandra, and I. Putu Gede Wahyu Putra Arnata. 2023. “Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorsement, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Aplikasi Bibit.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 12(1):110–21.
- Mao, Yanhui, Yao Lai, Yuwei Luo, Shan Liu, Yixin Du, Jing Zhou, Jianhong Ma, Flavia Bonaiuto, and Marino Bonaiuto. 2020. “Apple or Huawei: Understanding Flow, Brand Image, Brand Identity, Brand Personality and Purchase Intention of Smartphone.” *Sustainability (Switzerland)* 12(8):1–22. doi: 10.3390/SU12083391.
- Marbun, Maulina, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. 2022. “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(2):716–27. doi: 10.38035/jmpis.v3i2.1134.
- Murti, Tri Kresna. 2019. “Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi.” *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi* 7(2):102. doi: 10.33603/ejpe.v7i2.1969.
- Ningrum, Annas Thasya, Susni Herwanti, and Hari Kaskoyo. 2020. “Analisis Fungsi Pemasaran Buah Manggis Di Hutan Rakyat Desa Air Kubang Kabupaten Tanggamus.” *Jurnal Hutan Tropis* 8(2):221. doi: 10.20527/jht.v8i2.9052.
- Nurcholifah, Ita. 2014. “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah.” *Khatulistiwa Journal Of Islamic Studies* 4(1):79.
- Nurhadi, M. 2021. “Selama Wabah, Persaingan Bisnis Produk Kesehatan Meningkatkan Secara Global.” *Bisnis Makro*.
- Rahim, Endang, and Roni Mohamad. 2021. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2(1):15–26. doi: 10.54045/mutawazin.v2i1.234.
- Saladin, Djaslim. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Linda Karya.
- Sani, Sri Aderafika, Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Rima Rizki Syahputri, and Vega Liana. 2022. “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4(5):1327–42. doi: 10.47467/alkharaj.v4i5.931.
- Sanny, Lim, Aisha Nur Arina, Ratu Tasha Maulidya, and Ressay Putri Pertiwi. 2020. “Purchase Intention on Indonesia Male’s Skin Care by Social Media Marketing Effect towards Brand Image and Brand Trust.” *Management Science Letters* 10:2139–46. doi: 10.5267/j.msl.2020.3.023.
- Simanihuruk, Peran. 2019. “Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 19:82–89. doi: 10.54367/jmb.v19i1.468.
- Sudarmanto, Eko, Ardhariksa Kurniullah, Erika Ferinia, and Marisi Butarbutar. 2021. *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita

Menulis.

- Sugiyono. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif*. edited by Setiyawami. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryanto, Erni Widajanti, and N. I. Susanti. 2022. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.” *Ekono Insentif* 9(1):93–110. doi: 10.36787/jei.v16i1.715.
- Susanti, Hardi Mulyono, and Abd Rasyid Syamsuri. 2021. “Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul.” *Jurnalbisnismahasiswa.Com* 169–78.
- Utomo, Joko, Julius Nursyamsi, and Aji Sukarno. 2023. “Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening.” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(1):100–116. doi: 10.56127/jekma.v2i1.472.
- Widyastuti Ayu, Safitry Halimah, Yahya Malkan, Saragih Nurhafifah, and Azhari Taufiq M. 2022. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Telkomsel (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan).” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2(2):2548–64.
- Wikipedia. n.d. “Madu.” *Wikipedia.Org/Wiki*.
- Zulfikar, T., Sucherly, U. Juju, and J. Chaidir. 2024. *Mewujudkan Loyalitas Pelanggan Hotel & Keunggulan Bersaing*. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.

