

DAFTAR PUSTAKA

- Al, A. K. et. (2020). Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia. In *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* (Vol. 53, Issue 9). www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Al, H. et. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Issue 1). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1>
- Ardyan, E., Monalisa, M., Kartika, T., Iriani, D. Y., Dewi, L. K. C., Rahmana, A., Suyono, A. M., Margana, R. R., Riyanto, J., & Efitra, E. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=w231EAAAQBAJ>
- Ariasih, M. P., Nurchayati, N., Agustiani, I. N., Bahiyyah, K., Oktaviani, D., Basbeth, F., Bangun, K., Afriyeni, P., & Efitra, E. (2024). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN 1*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=i5jsEAAAQBAJ>
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Artameviah, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab li Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=baTXDwAAQBAJ>
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7P) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar Di Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.10-19>
- Dewianawati, D., Nurhayati, N., Razak, M., Wijaya, N. P. N. P., Suaryasa, I. G. N., Sakti, D. P. B., Darsana, I. M., Hanafiah, H., Mustafa, F., & Puspitasari, M. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=jbO1EAAAQBAJ>
- Elbadiansyah, M. P., & Rosidah, Z. (2023). *Pengantar Manajemen*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=vmnDEAAAQBAJ>
- Elfrianto, S. P. M. P., Gusman Lesmana, S. P. M. P., & Dr. H. Bahdin Nur Tanjung SE,

- M. M. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=43yAEAAAQBAJ>
- Excelentia, I., Frendy, E., Pelleng, A. O., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy di Kantor PT. Unilever Indonesia. *Productivity*, 2(3), 2723–0112. www.unilever.co.id
- Fachrurazi, S. A. M. M., Dr. Dhiana Ekowati, S. E. M. M., Yoeliastuti, S. P. M. M., Sri Rusiyati, S. E. M. M., Haryati La Kamisi, S. P. M. P., Nurkadarwati, S. S. M. S., Adrianto, S. E. M. M., Dewi Shinta Wulandari Lubis, B. S. S. M., Khasanah, S. P. M. K. M. P., & Rahmat Hidayat, S. E. M. S. (2022). *Pengantar Manajemen*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=uoCFEAAAQBAJ>
- Fadhli, K., Dwi Aprilia, E., & Angga Putra, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Minyak Goreng Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 96–104. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19038>
- Fathanul, V. (2022). pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian BTS Meal McDonald's yang terdiri dari 4P (product, price, place, dan promotion). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's Yang Terdiri Dari 4P (Product, Price, Place, Dan Promotion)*, 12(2004), 7–25.
- Hajjar, S., Bakkareng, & Afrizoni, H. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 63–75.
- Hartini, Sudirman, A., & Wardhana, A. (2022). Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)* (Issue July).
- Hertina, D., Sulasmi, S., Taufik, M. Z., Sutarto, S., Aziza, N., Suharyanto, S., Heryani, A., Iskandar, A., Lukito, D., & Efitra, E. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=B9ntEAAAQBAJ>
- Huda, N., Hulaify, A., Zakiah, Z., & Komarudin, P. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.155>
- Indrasari, M., & Press, U. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press. <https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>
- Karina. (n.d.). *Regresi Linear Sederhana*.

- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14377/14161>
- Kusnandar, K. S. (2019). *Metode Penelitian*. 27–36.
- Kusumawati, N. (2019). PENGARUH PRILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI TEMPE (Studi Kasus Konsumen di Pasar Merapi Lampung Tengah). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 53(1), 1689–1699. <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106%0A>
- M Mariani. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Menitulo, G., Paskais, D., & Timotius, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>
- Nora Anisa Br. Sinulingga, S. E. M. M., Dr. Hengki Tamando Sihotang, M. K., & Sihotang, D. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=g646EAAAQBAJ>
- Nurfu'adah, A. (2022). Pengaruh Sustainability Report Disclosure Terhadap Financial Performance. *Repository Upi*. http://repository.upi.edu/83962/4/S_PEA_1800241_Chapter3.pdf
- Nuriefandi, A. (2019). Pengaruh Karakteristik Generasi Y Terhadap Loyalitas Karyawan Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel Tasikmalaya. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Pratiwi, O. (2019). Definisi Hipotesis. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif Dan R&D. Bandung*, 63.
- Press, U. B., Suparni, S. E., & NurHuda, C. F. (2020). Pengertian, Tujuan Dan Manfaat Perilaku Konsumen. *Academia.Edu*, 1950210096. https://www.academia.edu/download/63233897/P._Konsumen_KELOMPOK_1_PENGERTIAN__TUJUAN__DAN_MANFAAT_PERILAKU_KONSUMEN20200507-39406-2rfwje.pdf
- Putri, E. Y., Suyanto, S., & Sari, G. P. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Ceria Digital Pada Anggota KSPPS BMT Assyafi'iyah KC Metro. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 48–

63. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v1i2.3001>

Rani, F. D., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Rebranding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iconnet Di Bandung. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 300–311. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.321>

Rejeki, D. (2019). *Metode Penelitian*. 75–100.

Rifqi Suprpto, S. P. M. M., & M. Zaky Wahyuddin Azizi, S. E. M. S. (n.d.). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN*. Myria Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=uHbJDwAAQBAJ>

Rivi. (2019). *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Hazwal Perdana Mandiri*. 43–57.

Rizka Zulfikar dkk. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).

Roflin, E., & Riana, F. (2022). *Analisis Korelasi dan Regresi*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=evp7EAAAQBAJ>

Roni Angger Aditama, S. S. M. M. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=9zfvDwAAQBAJ>

Rudy Irwansyah, Khanti Listya, Amana Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, Ambar Sri Lestari, Denok Wahyudi Setyo Rahayu, Marisi Butarbutar, Hayati Nupus, Imanuddin Hasbi, Elvera, Diana Triwardhani Rud, D. T. (2021). www.penerbitwidina.com.

Samirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan*. Nas Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=Wg26EAAAQBAJ>

Sinurat, R., & Sinurat, J. (2020). Pengaruh PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK SEDAP DI DESA MEDAN ESTATE. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 191–197. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3890>

Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=ejpaEAAAQBAJ>

Sugiyono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.

Sugiyono. (2019). Implementasi Pragram Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia. / *Repository.Upi.Edu* / *Perpustakaan.Upi.Edu*, 23.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Universitas*

Nusantara PGRI Kediri (Vol. 01).

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara*, 212.

Susanti, R. Y. (2023). *ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Mitra Sehati Swalayan Gombang).* 2021, 14–45.

Wardhana, A. (2022). Teori Perilaku Konsumen; Konsumsi Perilaku konsumen. Penerbit Media Sains Indonesia, 1, 1–8. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=RbyfEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=perilaku+konsumen+muslim&ots=-VFp8Lz8oQ&sig=qBPGBhGmgJGP_eg-qGsPRR-uEc0

Zainuddin Iba, A. W. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)

