

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. CV BUDI UTAMA.
- Ahmad, Makkasau, ..Widia. (2023). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (pp. 1–183). Rizmedia.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas Fitria. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roeliyanti, A. (2022). Bauran Pemasaran. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. CV BUDI UTAMA.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. CV BUDI UTAMA.
- Bakti, R., & Tiara, A. A. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Shahla Muslim Syar'i di Gallery Ummu Afifa Collection. *Jurnal GICI*, 13(1), 116–131. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Cia cai Cen. (2023). *Pengantar Manajemen*. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Damanik..., K. (2022). *Macam Variabel Yang Mempengaruhi Motivasi Belajar (Kompetensi, Fasilitas, Lingkungan Belajar)* (Nia Duniawati (ed.)). Cv Adanu Abimata.
- Estiana, Ria, Karomah, S. (2022). *Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi pada UMKM* (1st ed.). CV BUDI UTAMA.
- Evyanto, W., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap

- Keputusan Pembelian Motor Honda Pada Pt. Mitra Krida Perkasa. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)*, 11(1), 195–200.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Febriansyah, E. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(1), 20–24. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i1.616>
- Fitriah, N. L., & Budiyanto. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI FRIDAY KOPI SURABAYA Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–23.
- Gani, P. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan Jasmani*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 224–232.
- Hantono, & W. (2025). *Pengantar Manajemen* (Hantono (ed.)). Widina Media Utama.
- Harjadi, & F. (2024). *Marketing (Teori dan Konsep)*. Pt Arr Rad Pratama.
- Harjadi, F. &. (2025). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). Pt Arr Rad Pratama.
- Ibrahim, A. M., Ali, H., Rahmadani, M., & Aunila, N. S. (2025). *Pengaruh Promosi , Kualitas Layanan , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Badan Jurnal PT OGZ Research and Publishing*. 6(3), 193–200.
- Ihsannudin, S., Nurul Nugraha, R., & Husnul Chotimah, T. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 314–322. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i3.497>
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>
- Irwana, & Purnama, I. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Aisy Drink Kota Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(5), 449–457. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/22739>

- Julian Andriani Putri, Enik Rahayu, & Wenefrida Ardhian Ayu Hardiani. (2022). Pengaruh Packaging, Promosi Melalui Media Sosial Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Niten Jamu Semarang). *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.188>
- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 58–68. <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/428>
- Khasanah, U. (2021). *Analisis Regresi* (B. Asyhari (ed.); 1st ed.). UAD PRESS.
- Khuswatun, A., & Yuliati. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 341–349.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kurniawan...Jufri. (2023). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Selat Media Patners.
- Kurniawan...Noorzaman. (2024). *Statistika Dasar* (Y. Agusdi (ed.)). Pt Sonpedia Publishing indonesia.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Marwan, Konadi, Kamaruddin, sufi, A. (2023). *Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS* (Azhari (ed.); 2nd ed.). Cv. Merdeka Kreasi Group.
- Masturi, H., & Imsyar, S. I. (2022). Pengaruh Promosi, Referensi Harga dan Kualitas Produk pada PT. DOS NI ROHA KOTA BANDUNG. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 973–984. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3113704>
- Maulana, F. (2025). Dampak content marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian 1 1-3. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 63–74.
- Mege, S. R. (2019). Pengembangan Media Promosi Terintegrasi Dan Manajemen Event Desa Buntu, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo. *Edupreneur: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Kewirausahaan*, 2(3), 1–7. <https://doi.org/10.36412/edupreneur.v2i3.1029>

- Mustafa, P. S. (2023). Tinjauan Literatur Analisis Uji R Berganda dan Uji Lanjut dalam Statistik Inferensial pada Penelitian Pendidikan Jasmani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 571–593. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7758162>
- Nabiilah, R. R., Hadita, & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Efood (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kelurahan Teluk Pucung). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 95–109.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Novi agustina dan Ita Purnama. (2021). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Pada Era Pandemi Covid-19 Di Kota Bima. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 2(9), 457–469. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp457-469>
- Novianti Lita, L. S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MADE IN CHINA DI KECAMATAN CIKUPA KABUPATEN TANGERANG. *JURNAL CAFETARIA*, 2(2), 15–27.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. *Jurnam Manajemen*, 6(2), 620–630.
- Nusantari, S., Munir, M., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Variasi Produk. Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buket Dan Kerajinan Di Umkm Nusantara. Id Kediri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 50–60. <http://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/320>
- Nuzuli. (2023). *Dasar Dasar Penulisan Karya Ilmiah* (Jamal Mirdad (ed.)). Jejak Pustaka.
- Oei, A., Sendow, G. M., & Lumntow, R. Y. (2022). Pengaruh motivasi dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi & bisnis Universitas Sam Raulangi. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1007–1017.
- Pandowo, ..Krismayanti. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Abdul Khak). Cv Basya Media Utama.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai

- Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 4(2), 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Pratiwi, N. R., & Tjahjaningsih, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang). *Proceeding SENDIU 2020*, 510–5118.
- Recky. (2024). *Metodologi Penelitian (Untuk Kualitas Riset Terbaik)* (Surjaatmadja (ed.)). Trussmedia Grafika.
- Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Src Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Oikos : Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 710–728. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i1.6033>
- Reken, F. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (Indrawan Mohamad Gita (ed.); Cetakan Pe). CV. Gita Lentera.
- Rumagit, M., Tumbuan, W. A., Lintong, D. C., Febiola Rumagit, M., JFA Tumbuan, W., Lintong, D. C., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). the Influence of Ease of Use, Service Quality, and Promotion on Purchase Decisions Using Go-Food Services in Manado City. *2176 Jurnal EMBA*, 10(4), 2176–2185.
- Saepuddin, Surjono, R. (2024). *Perilaku Organisasi* (M. Dewi (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN).
- Saepuddin, S. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Berliananda Ramadhani (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Satria, E. (2023). Brand Image , Persepsi Harga , DAN Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 1–11.
- Setiawan, E., & Purba, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Sidomuncul Pada Pt Bintang Lima Di Batam. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11).
- Siagian, et al. (2022). *Pengantar Manajemen*.
- Slamet, D. P. (2023). Pengaruh Iklan Instagram Stories terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal*

- Administration Business and Organization*, 4(2), 51–61.
<https://doi.org/10.61242/ijabo.23.268>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In Sutopo (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (2nd ed., Vol. 11, Issue 1). CV ALFABETA.
- Sukmawati, M., & Marzuki. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Syahidin, S., & Jalil. M., A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah Di Kecamatan Rusip Antara Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 51–64.
<https://doi.org/10.55542/gpjer.v3i2.163>
- Syamsul, G. . . N. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: TEORI DAN PENERAPANNYA* (U. Khasanah (ed.); 1st ed.). CV TAHTA MEDIA GROUP.
- Tahitu, A., Tutuhatunewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial Di Kota Ambon. *Jurnal BADATI*, 6(1), 53–72.
- Wailan, R. R., Kojo, C., & Taroreh, R. N. (2021). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Esta Group Jaya Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 287–296.
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Zahroh, & D. (2025). Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Investasi Islam*, 06(1), 744–762.
- Zamzami, A. L., & Basalamah, M. R. (2022). Pengaruh Atmosfer Toko, Harga, Variasi Produk, Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Ritel Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mini Market Alfamart Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 10(7), 76–86.