

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yulianah, S., M.Yusuf, Irwansyah, R., Moonti, A., Astika, A., Sudarni, C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, & Andayani, S. U. (2022). *Manajemen Pemasaran. Seval Literindo Kreasi*. Nusa Tenggara Barat
- Andrian, Nursal, Fadhli, Gumawan, & Hadita. (2022). *Manajemen Pemasaran. Rena Cipta Mandiri*. Malang
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk. Inovasi Pratama Internasional*, Pekanbaru.
- Elliyana, E., Agustina, Tri Siwi Kadir, Habibie Imanudin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. K., Sedyoningsih, Y. A., Ardyan, E. E., Marlinah, Lili Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar Dasar Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ferine, K., & Juniarti. (2022). *Pelayanan SDM. Selat Media*. Yogyakarta
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 1–337. Qiara Media. Sumatera
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2023). *Smart PLS. Yoga Pratama*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing,. PT Inovasi Pratama Internasional. Pekanbaru
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Insania. Cirebon
- Hays, W. . (1976). *Quantification in Psychology*. Prentice Hall.
- Kartiningrum, E. D., Notobroto, H. B., Otok, B. W., Kumarijati, E. N., & Yuswatiningsih, E. (2022). Aplikasi Regresi dan Korelasi dalam analisis data Hasil penelitian. Mojokerto
- M Yusuf, Haryoto, C., Husainah, N., & Nuaeni. (2023). Teori Manajemen. Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim. Sumatera Barat.
- Mendo, A. Y., Niode, I. Y., & Kango, U. (2022). Manajemen dan bisnis. Yayasan Hamjah Diha. Lombok Barat.
- Mujito, Muharam, H., & Adyas, D. (2023). Manajemen Pemasaran. Edu Publisher. Bandung.
- Naufal, N., Kusumastuti, S. Y., Raysharie, P. I., Maidelwita, Y., & Wati, D. C. (2024). Pengantar Statistika : Referensi dan Implementasi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Kota Jambi
- Nurhayati. (2023). Keputusan Pembelian & Kepuasan Konsumen. NEM. Pekalongan.
- Nurmartiani, E. (2024) Pengantar Perilaku Konsumen). Tri Star Mandiri Publisher. Banten.
- Pahmi. (2024). Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat.

- Nas Media Pustaka. Yogyakarta.
- Saepudin, H., Surjono, W., & Rahman, H. A. (2024). *Perlaku Organisasi*. Cipta Media Nusantara. Surabaya.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia. Sleman.
- Samirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan*. Nas Media Pustaka. Klaten
- Saparso. (2021). *Marketing Procces*. Ukrida Press. Jakarta Barat.
- Sartika, S. H., & Santosa, A. D. (2023). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. Mitra Cendekia Media. Sumatera Barat.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru. Bantul, Yogyakarta.
- Septiani, D., & Rezkia, D. P. (2021). *Konsep Manajemen*. Yayasan Wira Utama. Semarang.
- Sinulingga, N. anisa B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen strategi dan teori*. IOCS Publisher. Sumatera Utara.
- Siregar, S. (2023). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara. Jakarta Timur
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan RNB*. Alfa Beta CV. Bandung.
- Surjono, W., & Sepudin, H. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cipta Media Nusantara (CMN). Surabaya.
- Tambunan, T. S. (2024). *Pengantar Manajemen*. Prenada Media. Jakarta Timur.
- Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). *Buku Dasar Metodologi Penelitian*:

Teori Desain dan Analisis Data. Takaza Innovatix Labs. Padang

Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus). CV Adanu Abimata.

JURNAL

Alliriansah, Sugi, Harto, V., & Lubis, M. (2024). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (Studi Kasus CV . Zam Zami Alget Panyabungan Timur Kabupaten Mandailing Natal). 2(4). <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/1502>

Asri, S. K., & Julisman, I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Philips terhadap Minat Beli Konsumen pada Yogya Grand Majalengka. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 282–287. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i3.40>

Christianto, B. R., & Astono, A. D. (2023). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Jilid 574. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 9(3), 504–513. <https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v9i3.731>

Fahmi, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Daya Tarik Produk terhadap Minat Konsumen untuk Beralih menggunakan Sepeda Listrik. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 6(1), 92–102. <https://doi.org/10.47201/jamin.v6i1.199>

Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 160–172.
<https://doi.org/10.55208/bistek.v15i2.269>
- Putri, R. A., & Edastama, P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Melalui Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Coffee Shop Pada Generasi Z. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(4), 165–177. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v1i4.1457>
- Roghibah, E. I., & Ro'is Abidin, M. (2023). Perancangan Media Promosi Secangkir Rindu Cafe Melalui Instagram. *Jurnal Barik*, 5(1), 110–117.
- Silalahi, R. A., Hafsari, A. A., Situmorang, D., Narli, Ginting, E. B., Girsang, A. B., Martin, M., Febriyansi, E., & Ompusunggu, D. P. (2024). Hasil Perhitungan Asumsi Klasik: Tentang Uji Autokorelasi, Normalisasi dan Heterokedasitas. 8.
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 40–60. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Wydyanto, W., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2021). Determination of Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Service Quality and Product Quality (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(3), 565–575. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i3.822>

Yusnandar, W., & Rialdy, N. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Formal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 506–519.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1520>

