

DAFTAR PUSTAKA

Sumber : Buku

- Afisa, M., & Muhajirin. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 210-220.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ahmad, Fachrurrazy, M., Hartati, S. Y., Amalia, M., Fauzi, E., Gaol, S. L., Siliwadi, D. N., & Takdir. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian & Penulisan Hukum* (Sepriano & Efitra (eds.); Cetakan Pe). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yulianah, S. S., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Armiani, S., Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)* (A. Bairizki (ed.)). Seval Literindo Kreasi.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1217>

- Andriani, C., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian MCCafe. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(4), 4835–4849.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh online customer review, online customer rating, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop pada masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 2655–3457.
- Apriani, D. I., & Bhaihaki, M. (2018). Jurnal ekonomika. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 7(2), 97–110.
- Armanda, D., Dewi, H., Pasrizal, H., Aslami, N., Tambunan, K., Halid, A., Julina, Oktiani, N., Sari, C., Wulandari, D., Sari, D., Aryadillah, & Santoso, A. (2022). *Ilmu Manajemen* (Harjoni & A. Sadikin (eds.)). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-IAIN LHOKSEUMAWE.
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Astuti, S. P., & Setiawan, E. (2023). *Pengantar dan Analisis Desain Eksperimen Menggunakan MINITAB* (L. Mayasari (ed.); Cetakan 1).
- Averina, R. Y., & Widagda, I. G. N. J. A. (2021). 肖沉 1, 2, 孙莉 1, 2Δ, 曹杉杉 1, 2, 梁浩 1, 2, 程焱 1, 2. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2Averina, R. Y., Widagda, I. G. N. J. A. (2021). 肖沉 1, 2, 孙莉 1, 2Δ, 曹杉杉 1, 2, 梁浩 1, 2, 程焱 1, 2. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 635–637.), 635–637.
- Christian, A. R., & Sulistiyani, T. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis* (B.

- Asyhari, F. Ma'ruf, & Y. Hanafiah (eds.)). UAD PRESS.
- Erwin, Cindrakasih, R. R., Sari, A., Hita, Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran Digital* (E. Rianty (ed.); Cetakan Pe). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12.
<https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Firdaus, M. . (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Ravida (ed.); Cetakan Pe). DOTPLUS Publisher.
- Firmansyah, A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Cetakan Pe). Qiara Media.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Habibah Shobri, Sugianto, M. I. H. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Pembelian Produk Makanan Impor Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 161–168.
<https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5207>
- Halal, S., Minat, T., Konsumen, B., Mixue, P., Cream, I. C. E., Di, T. E. A., & Purwokerto, K. (2024). *No Title*.
- Hamzali, S., Aldi, B. E., Tapaningsih, W. I. D. A., Nurhidayah, R. E., Asy'ari, A. H., Muhammad, Nurhayati, N., Rosid, A., Rani, I. H., & Fauzi, H. (2022). *Pengantar Manajemen* (Safrinal (ed.); Cetakan Pe). CV. Azka Pustaka.

- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi* (D. A. Putri (ed.)). Pascal Books.
- Hariyanti, T., Kurniawan, G., Yunus, A., Saputro, D., & Husada, U. C. (2023). *The Influence of Social Media Marketing on Patient Visit Intention Mediated by Brand Awareness*. 12(August), 163–178.
- Hertita, D. (2024). *How to Build a Brand : Teknik Branding Ampuh dan Kekinian* (I. N. Aisyi (ed.); Cetakan Pe). Anak Hebat Indonesia.
- Hodijah, C., Maria, S., & Dewatmoko, S. (2023). *Manajemen Pemasaran* (T. Yuwanda (ed.)). TAKAZA INNOVATIX LABS.
- Huda, N., Manek, A., Taolin, M. L., & Aziz, S. (2025). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran* (Z. M. Rohmawati (ed.); Cetakan Pe). PT. Diwan Media Pustaka.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & Smart PLS* (M. Pradana (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., Simanihuruk, P., Rusmayadi, G., Muhammadijah, M., Nursanty, E., & Lolang, E. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)* (Efitra & Sepriano (eds.); Cetakan Pe). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warnaningtyas (ed.)). Penerbit Lakeisha.

- Innosensius Bernardo, Margaretha Pink Berlianto, Yohana F. Cahya Palupi
Meilani, Ronnie Resdianto Masman, dan I. N. S. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Merek. XXIV(03)*, 412–426.
- Irawan, T. P. (2022). Analisis Manajemen Properti pada Bangunan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukabumi. *Doctoral Dissertation, Politeknik Keuangan Negara STAN*, 7–15.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyana, E., Nurchayati, Efdison, Z., Trilakshmi, N., Damayanti, F., & Lova, A. N. (2023). *Manajemen Pemasaran : Strategi dan Praktek yang Efektif* (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jurnal, R., Digital, B., Linggabuana, U., Sukabumi, P., Linggabuana, U., Sukabumi, P., Anjani, D., & Ginanjar, N. S. (2025). *Produk Sari Roti Di Sukabumi*. 26–36.
- Kadi, D. C. A. (2024). *Manajemen Produk dan Merek* (Y. M. Iqbal (ed.)). RUANG KARYA.
- Kasmi, M., Mustari, Nasution, M. A., Ruspendi, I. W., Budiarti, E., Sabri, Zuliawati, E., Rois, T., Metris, D., A. A., Nurdiani, T. W., Yudanegara, A., Sulaeman, M., & Girsang, N. M. (2023). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Muttaqin (ed.)). Madza Media.
- Kusumaningtyas, J., Mudayat, Kalangi, M. H. E., Prastyorini, J., & Fail, M. (2023). Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery Pada Pt. Jaya Kirana Samudra Wibowo. *YEJ (Yos Soedarso Economics*

- Journal*), 5(3), 78–96. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server>
- Lasiyono, U., & Alam, W. Y. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif* (Nurhaeni (ed.); Cetakan Pe). MEGA PRESS NUSANTARA.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (ed.)). STRATEGY CITA SEMESTA.
- Manap, A. (2025). *Manajemen Pemasaran* (F. Rezeki (ed.)). ALUNG CIPTA.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Martiningsih, D., & Marlapa, E. (2025). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (A. Khanafi (ed.)). CV BUDI UTAMA.
- Maulani, G., Cahyadi, N., Sugiharti, Defitri, S. Y., Muhamad, L. F., Juniarti, K., Darnilawati, Saksono, H., Paramarta, V., & Munadiyan, A. E. (2024). *Metode Penelitian* (P. T. Cahyono (ed.)). CV. Rey Media Grafika.
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 135. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>
- Meilani, J., & Wangdra, Y. (2024). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk , Dan Brand Awareness*

- Terhadap Keputusan Pembelian Di Pesona Coffee Batam*. 5(1), 369–380.
- Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja : Teori dan Praktik* (T. U. Press (ed.)). UB Press.
- Ngayogyakarta, K., & Vredeburg, M. B. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta*. 03, 409–418.
- Nurmartiani, E. (2024). *Pengantar Perilaku Konsumen* (U. Bahrudin (ed.)). Tristar Mandiri Publisher.
- Octaviani, R. D., Hidayat, F., Rusman, Hendrayady, A., Mustari, M., Kurniawan, A., Baali, Y., Magdalena, M., Marlina, L., Sudirman, W., Athillah, M., & Sari, V. (2024). *ILMU MANAJEMEN* (Y. Sari (ed.)). Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Della (ed.)). Penerbit Pascal Books.
- Rosmayanti, M. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue*. 05(03), 8126–8137.
- S, J. R. (2023). *Semua Tentang Merek* (M. Taufik (ed.)). Nas Media Pustaka.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Muzakkir (ed.)). PUSAKA ALMAIDA.

- Saparso. (2021). *Marketing Process : Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan* (Wurdianto (ed.)). Ukrida Press.
- Sari, D. P. (2021). *PEMBELIAN , KUALITAS PRODUK , HARGA KOMPETITIF , LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(4), 524–533.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); Cetakan Pe). Penerbit Samudra Biru.
- Sitorus, S. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing : The Art of Branding* (A. Sudirman (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Sohilait, E. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika* (Cetakan Pe). Penerbit Cakra.
- Sriwendiah, S., Meirista, D., & Herlangga, A. (2024). *Strategi Terbaru : Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Brand Image* (Nurhaeni (ed.); Cetakan Pe). CV. Mega Press Nusantara.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. D. Nabila (ed.)). CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Cetakan 1). Penerbit ALFABETA.
- T, A. R., & Mulis, M. (2022). *Teori Manajemen*. NEM.
- Tahir, R., Ilma, A. F. N., Thamrin, S., Samsuddin, H., Hindarwati, E. N., Rusyani,

E., S, M. R., Siraj, M. L., Witara, K., Sa'dianoor, Rosnani, T., Jati, P., I, M. C., Kalis, Nursanty, T. D., Ratnawita, Firdaus, A., Leuwol, F. S., & Sulaeman, M. K. (2021). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia : Panduan Komprehensif* (Efitra & Sepriano (eds.)). PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Tonce, Y., & Ranga, Y. D. P. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian (Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk)* (Kodri (ed.)). CV. Adanu Abimata.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki (ed.)). PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA.

Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

Yusrizal, & Rahmati. (2022). *Pengembangan Instrumen Efektif dan Kuisioner* (M. Ilyas (ed.); Cetakan Pe). Pale Media Prima.

Sumber : Jurnal

Afisa et al., (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Revlon. *Journal of Student Research*, 2(2), 210-220.

Andrian (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(2), 559–574. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1217>

- Andriani et al., (2022). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian McCafe. *Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(4), 4835–4849.
- Anggraini (2023). Pengaruh online customer review, online customer rating, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop pada masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 2655–3457.
- Apriani et al., (2020). *Jurnal ekonomika. Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 7(2), 97–110.
- Armada (2022). *Ilmu Manajemen (Harjoni & A. Sadikin (eds.)). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-(2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Astuti et al., (2023). *Pengantar dan Analisis Desain Eksperimen Menggunakan Minitab (L. Mayasari (ed.); Cetakan 1)*.
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12.
<https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Pt Inovasi Pratama Internasional*.
- Habibah Shobri (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Pembelian Produk Makanan Impor Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 161–168.
<https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5207>

- Halal, s., Minat, t., Konsumen, b., Mixue, p., Cream, i. c. e., di, t.e.a., & Purwokerto, K. (2024). No Title.
- Haque-Fawzi (2022). Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi (D. A. Putri (ed.)). Pascal Books.
- Harinie (2023). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (M. A. Wardana (ed.); Cetakan Pe). Cv. Intelektual Manifes Media.
- Hariyanti (2023). The Influence of Social Media Marketing on Patient Visit Intention Mediated by Brand Awareness. 12 (August), 163–178.
- Hertita, D. (2024). How to Build a Brand : Teknik Branding Ampuh dan Kekinian (I. N. Aisyi (ed.); Cetakan Pe). Anak Hebat Indonesia.
- Hodijah (2023). Manajemen Pemasaran (T. Yuwanda (ed.)).
- Huda (2025). Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran (Z. M. Rohmawati (ed.); Cetakan Pe). PT. Diwan Media Pustaka.
- Kusumaningtyas (2023). Pengaruh Media Promosi Online, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery Pada Pt. Jaya Kirana Samudra Wibowo. Yos Soedarso Economics Journal, 5(3), 78–96. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server>
- Mayasari (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen, 5(2), 135. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>
- Meilani, J., & Wangdra, Y. (2024). Economics and Digital Business Review Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk , Dan Brand Awareness Terhadap

- Keputusan Pembelian Di Pesona Coffee Batam. 5(1), 369–380.
- Nabilah, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Journal of Management*, 5(3), 728–736. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3597>
- Ngayogyakarta, K., & Vredeburg, M. B. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. 03, 409–418.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. 05(03), 8126–8137.
- Ahmad (2024). Buku Ajar Metode Penelitian & Penulisan Hukum (Sepriano & Efitra (eds.); Cetakan Pe). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alimin (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern) (A. Bairizki (ed.)). Seval Literindo Kreasi.
- Christian et al., (2021). Pengantar Manajemen Bisnis (B. Asyharif et al., (eds.)).
- Christian et al., (2021). Pengantar Manajemen Bisnis (B. Asyharif et al., (eds.)).
- Erwin (2024). Pemasaran Digital (E. Rianty (ed.); Cetakan Pe). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fakhrurozi (2024). Pengantar Manajemen (A. Yanto et al., (eds.)). .
- Firdaus, M. . (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif (F. Ravida (ed.); Cetakan Pe). Dotplus Publisher.
- Firmansyah, A. (2023). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) (Cetakan Pe). Qiara Media.

- Hamzali (2022). Pengantar Manajemen (Safrinal (ed.); Cetakan Pe). Cv. Azka Pustaka.
- Iba (2024). Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS & Smart PLS (M. Pradana (ed.)).
- Ibrahim (2023). Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi) (Efitra & Sepriano (eds.); Cetakan Pe). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). Analisis Data Kuantitatif (H. Warnaningtyas (ed.)). Penerbit Lakeisha.
- Irawan, T. P. (2022). Analisis Manajemen Properti pada Bangunan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukabumi. Doctoral Dissertation, Politeknik Keuangan Negara, 7–15.
- Iswahyudi(2023). Manajemen Pemasaran : Strategi dan Praktek yang Efektif (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kadi (2024). Manajemen Produk dan Merek (Y. M. Iqbal (ed.)).
- Kasmi (2023). Prinsip Prinsip Pemasaran (Muttaqin (ed.)). Madza Media.
- Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian (Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis) (Monalisa (ed.); Cetakan ke).
- Lasiyono, U., & Alam, W. Y. (2024). Metode Penelitian Kualitatif (Nurhaeni (ed.); Cetakan Pe).
- Lesmana (2022). Manajemen Pemasaran (H. Herman (ed.)). .
- Manap, A. (2025). Manajemen Pemasaran (F. Rezeki (ed.)). .
- Martiningsih, D., & Marlapa, E. (2025). Buku Ajar Perilaku Konsumen (A. Khanafi

(ed.)). .

Maulani (2024). Metode Penelitian (P. T. Cahyono (ed.)). Cv. Rey Media Grafika.

Moko, (2021). Manajemen Kinerja : Teori dan Praktik (T. u. Press (ed.)). UB Press.

Nurmartiani, E. (2024). Pengantar Perilaku Konsumen (Bahrudin (ed.)). Tristar Mandiri Publisher.

Octaviani (2024). Ilmu Manajemen (Y. Sari (ed.)). Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Della (ed.)). Penerbit Pascal Books.

Rahman (2022). Metode Penelitian Ilmu Sosial (A. Masruroh (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.

S, jr. (2023). Semua Tentang Merek (M. Taufik (ed.)). Nas Media Pustaka.

Saat, S., & Mania, S. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian (Muzakkir (ed.)).

Saparso. (2021). Marketing Process : Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan (Wurdianto (ed.)). Ukrida Press.

Satriadi (2021). Manajemen Pemasaran (M. Suardi (ed.); Cetakan Pe). Penerbit Samudra Biru.

Sitorus et al., (2022). Brand Marketing : The Art of Branding (A. Sudirman (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

Sohilait et al., (2020). Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika (Cetakan Pe). Penerbit Cakra.

Sriwendiah et al., (2024). Strategi Terbaru : Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Nurhaeni (ed.); Cetakan Pe). Cv. Mega Press Nusantara.

- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (A.d Nabila (ed.)). Cv Budi Utama.
- Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan (Sutopo (ed.); Cetakan 1). Penerbit Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Tama (ed.)). Myria Publisher.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. Seiko : Journal of Management & Business, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

