

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2000). Pengaruh Ekuitas Merek, Harfa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. ***Buletin Studi Ekonomi***, 25(1), 52.
- Alimansyah, Noor, Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jantiasih. ***Jurnal manajemen Bisnis*** .
- Andyanto Brian Cahyo & Santosa Suryono Budi. (2018). Pengaruh Kualitas layanan, Brand Image, HargaDan kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembeli Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.Com. ***Diponegoro Journal Of Management***.
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. ***Journal of Current Research in Business and Economics***, 1(2), 36–44.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). ***Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang***, 11(2), 228–241.
- Arikunto, Suharsimi. (2018). ***Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik***. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty Ferdinand. (2006). ***Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen***. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. (2007). ***Metode Penelitian***. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andi. Tjiptono, F. (2015). ***Strategi Pemasaran***. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abdurrahman., M. A. Salim, dan A. R. Slamet. 2017. Pengaruh Dividend Per Share (DPS), Net Profit Margin (NPM), dan Return On Equity (ROE) terhadap Harga Saham (Perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015). ***Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*** 6(5).
- Arikunto, S. (2010). ***Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik***. Jakarta: Rineka Cipta.

- Budiono Aris (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembeli. **Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi**, 17(02),1-15.
- Barus clara Silvina & Silalahi Donalson. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Pada Sosmed Café Abdullah Lubismedan. **Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)**, Vol. 21, No.1
- Boone, Louis E. dan David L. Kurtz. (2002). **Pengantar Bisnis**. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Batinggi, A dan Badu Ahmad. (2013). **Manajemen Pelayanan Publik**. Yogyakarta: Andi Offset.
- Cristina Widya Utami, (2006). **Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel. Modern)**. Jakarta: Salemba Empat
- Cynthia Debby, Hermawan Haris, & Izzudin Ahmad. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli. **Publik: Jurnal Manajemen SDM, Administrasi dan Pelayanan publik**. Volume IX Nomer 1.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). **Emarketing Excellence**. Planinning and Optimizing your digital marketing. Abingdon: Routledge.
- Dema, F.U.H, & Rokhaman, N. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembeli pada Produk Blush On Emina Di Yogyakarta, **Cakrawangsa Bisnis**
- Durianto dan Liana S, (2004). **Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Denis Walker. 2011. **Mendahulukan Kepuasan Pelanggan**. Tangerang: Penerbit Binarupa Aksara Publisher.
- Fansurizal, K. A. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli*. **Jurnal Manajemen**.
- Fitrianna Hafizh & Aurinawati Derista. (2020). Pengaruh *Digital Marketing* Pada Peningkatan *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembeli Produk Coklat Monggo di Yogyakarta. **NOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan manajemen Indonesia**, Vol.3,No 3.
- Fajar, Laksana. (2008). **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gigih, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gitosudarmo. (2008). *Manajemen Pemasaran, edisi pertama*, cetakan keempat. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hanif, N. (2021). "pengaruh Hargadan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Masyarakat." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Hasa, I . (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Isnaini, S. I. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Melalui Pemasaran Media Sosial Facebook Terhadap. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01), 223–236.
- Irianto, K. (2017). *Panduan Gizi Lengkap: Keluarga dan Olahragawan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Karundeng, N., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 83. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23566.83-9>
- Kevin Ganardi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Nusantara Mart Gendingan Tulungagung. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 34–48. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i3.432>
- Karsono, (2005). “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Pemediasi”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 2, pp. 183-196.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas. Jakarta: PT Indeks.

- Kotler, Philip dan Armstrong. (2001). ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***, Jilid I, Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong (terjemahan Alexander sindoro). (2000). ***Dasar-dasar Pemasaran***. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2003). ***Manajemen Pemasaran***. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). ***Manajemen Pemasaran***. Terjemahan Benyamin Molan, jilid 1 dan jilid 2 Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2009). ***Manajemen Pemasaran***. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2009). ***Prinsip-prinsip Pemasaran***. Edisi 12, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. (2009). ***Manajemen Pemasaran***. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Khan, Shahzad., Hussain ,Syed Majid Hussain., Fahad Yaqoob. (2013). Faktor Penentu Kepuasan Konsumen di Industri Fast Food Sebuah Studi tentang Restoran Cepat Saji Peshawar Pakistan. ***Studia commercialia Bratislavensia***, 621, 56-65.
- Mahyarni. (2014). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). ***Jurnal ELRiyasah***, 4(1), 13-23.
- Mulyono. (2006). ***Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis***, edisi ketiga, cetakan pertama, Lembaga Penerbit. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. ***Kewirausahaan : Metode, Manajemen, dan Implementasi***. Yogyakarta: BPFE.
- Nur, W. (2016). "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar." ***Skripsi***. Makassar: UIN Alauddin Makassar
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). ***Manajemen Pemasaran Jasa***. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Rachmawati, Rina. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran), ***Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei 2011***.
- Resa Nurlaela Anwar, F. A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370.

Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2022). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada E-commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(01), 49–60. <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v1i01.12>

Rokhmawati, H. N., Kuhcorowati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/1699>

Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen PemasaranJasa.Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Salemba empat.

Sugiono. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.

Swastha, Basu, dan Ibnu Sukotjo W. (2002). *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty

Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sdio Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1 (1), 48–61. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>

Schiffman, L. G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2012). *Perilaku Konsumen. Edisi ke 2*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy. *Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313.

- Suwarni. (2009). Marketing Mix Strategy Dalam meningkatkan Volume Penjualan, *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 14 Nomor 1 Maret 2009*.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r & d*. Bandung: Alfabeta.
- Sasputra, A. (2022). "Pengaruh Lokasi, Harga, display dan Pelayanna Terhadap kepuasan Konsumen pada Toko Fatimah Mart Pekanbaru" *Skripsi*. Riau: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Karim
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3.Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Tumonggor, K. K. R., & Sudjiman, P. E. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Alfamart Braga Bandung. *Ekonomis Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 15(1c)*, 77–95.
- Ubat Ati, P. S., Islamudin, I., & Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron. (*JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains, 1(2)*, 168–176. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.921>
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE), 2(1)*, 123–132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>