

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. Action Control.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amrullah, A. S., Soeprianto, H., Turmuzi, M., & Anwar, Y. S. (2019). The Partition Dimension of Subdivision Graph on the Star. *Journal of Physics: Conference Series*, 1280(2).
- Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dahmiri, D. (2020). Influence of Products and Principles of Sharia Bank on Customer Decision. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 7(4).
- David, H. L., Abadi, F., & Ruswanti, E. (2023). The Effect of Service Quality and Trust on Purchase Intention in E-Commerce. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(6).
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan dan *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215.
- Fajaryani, N. L. G. S., & Suryani, E. (2018). Struktur Modal, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(2), 74–79.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.
- Foster, B. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2020). *Grand Theory: Perilaku Konsumen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hakim, M. M. D. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
- Heryati, E. (2015). Kualitas Pelayanan, *Store atmosphere*, Private *Brand* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.
- Kasmir. (2017). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson Education.

- Kicky Camallya Arista & Khusnul Fikriyah. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan *Brand* Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Lenak, S. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Rumokoy, F. S. (2019). The Effect of Corporate Reputation Toward *Brand* Loyalty of Gojek Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1).
- Nasse, T. B. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Era Digital*. Burkina Faso: UEMOA Press.
- Novyanti Masiruw, C., Kawef, L., & Uhing, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.
- Nugroho, R. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ouedraogo, H., Compaoré, D. I., & Nassè, T. B. (2022). Practice of Business Intelligence by SMEs in Burkina Faso. *IJMER*, 4(1).
- Polla, P., et al. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. PT Indomaret Manado.
- Puspita, S. (2019). Evaluasi Prosedur Pemberian Pembiayaan dan Kredit Macet Koperasi. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 15(4).
- Ramadhan, M. H. N., & Hendratmi, A. (2023). Donor Intention in Crowdfunding. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(1).
- Rangkuty, B. (2008). *Strategi Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Roslina. (2010). *Citra Merek dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rusman. (2020). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Bandung: Refika Aditama.

- Sabda Iman Dani & Aceng Komarudin Mutaqin. (2023). Preferensi Wisatawan Pantai Tanjung Kerasak. Bandung Conference Series: Statistics, 3(2).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Siregar, S. (2015). Strategi Pemasaran Bank Mandiri. Jurnal Ilmiah Methonomi, 1(2).
- Sjahroni, dkk. (2019). Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen: Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suparyanto & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Titim Nurha. (2019). Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa.
- Utami, C. W. (2012). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Anderson, J. R. (2010). Cognitive Psychology and Its Implications. New York: Worth Publishers.
- Assael, H. (2001). Consumer Behavior and Marketing Action. Cincinnati: South-Western College Publishing.
- Baswir, R. (2005). Ekonomi Mikro. Yogyakarta: BPFE.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2001). Retail Management. New Jersey: Prentice Hall.
- Bob Sabran. (2014). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Daryanto. (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Alfabeta.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). Consumer Behavior. Fort Worth: Dryden Press.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Hermawan, K. (2012). *Marketing in Crisis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Marketing*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2007). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.