

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Haidar, K., & Riyadi, R. (2023). Pengaruh Promosi Online Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3. <https://doi.org/10.19184/jpe.V17i1.39093>
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Media Nusantara (Cmn).
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Rajagrafindo Persada.
- Baidowi, M. . (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1). <https://doi.org/10.52333/Kompetitif.V10i1.751>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi Spss & Eviews)*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Dr.Sugiyono, P. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research And Development)*. Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Dipenogoro.
- Fitri, K. N., Nawangsih, N., & Ariyono, Kurniawan Yunus. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman The Javana (Study Pada Konsumen The Javana Di Kelurahan Tompokersan Lumajang). *Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang*, 5(3), 1–5. File:///Users/Andreataquez/Downloads/Guia-Plan-De-Mejora-Institucional.Pdf%0ahttp://Salud.Tabasco.Gob.Mx/Content/Revista%0ahttp://Www.Revistaalad.Com/Pdfs/Guias_Alad_11_Nov_2013.Pdf%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.15446/Revfacmed.V66n3.60060.%0ahttp://Www.Cenetec
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.*

- Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Haris, A. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Nasional*, 05(1), 2261–2274.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.2303-1174>
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32. <https://doi.org/10.37715/Jee.V5i1.384>
- Kasno, Wahyuni, P. A., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Arafa Hijab. *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th Ed.). Erlangga.
- Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 6(1), 258–271. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.921>
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Mitra Wacana Media.
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management And Accounting Expose*, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/Mae.V5i1.599>
- Muryati, M., & Zebua, A. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 748. <https://doi.org/10.33087/Jiubj.V21i2.1536>
- Nawangsih, Ifa, K., & Ariyono, K. Y. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Widya Gama Press.

- Novitasari, E., Nawangsih, N., & Robustin, T. P. (2022). Pengaruh Packaging, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang). *Jobman: Journal Of Organization And Bussines Management*, 4(4), 258–266.
- Nugroho, J. S. (2019). *Perilaku Konsumen* (3rd Ed.). Prenadamedia Group.
- Okta Viana, E., & Hartati, R. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Pada Rumah Makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164. [Http://Bappeda.Jogjaprovo.Go.Id](http://Bappeda.Jogjaprovo.go.id)
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Bahtiar, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Ketu). Widya Gama Press.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Philip Kotler, Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Pt Indeks.
- Ponomban, D. P., Soegoto, A. S., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Dapur Hot Di Desa Tatelu, Kecamatan Dimembe, Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 695–706. <https://doi.org/10.35794/Emba.v11i4.52100>
- Prof.Dr. Imam Ghozali, M. C. (2020). *25 Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Putra, R. A., & Hanggara, A. (2022). *Analisis Data Kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Rianingtyas, A. K., & Wardani, K. K. (2019). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital Umkm Tour Dan Travel. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 7(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i2.36874>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*

Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen.
Deepublish.

- Rizal, S., Nawangsih, & Irwanto, J. (2019). *Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik*. 81–84.
- Soeswoyo, D. M., & Tumbelaka, D. (2020). Dampak Promosi Digital Line Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dunkin Donuts. *Journal Fame: Journal Food And Beverage, Product And Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1).
<https://doi.org/10.30813/Fame.V3i1.2162>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Suryani, & H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Edisi 2). Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran : Esensi Dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Utari, Y. D., & Suhardi. (2022). *Analisis Kualitas Produk, Promosi Online Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Di Shopee*. 169–177.
- Warsito, S. H., Widodo, O. S., & Wulandari, S. (2010). *Pengetahuan Manajemen Peternakan Dan Pemanfaatan Hasil Ternak Sebagai Sumber Gizi Masyarakat Di Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk Knowledge Of Living And Utilization Management Results Of Livestock As A Community Nutrition Source In Baron District, Nganju*.
- Yuliantari, K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Graha Ilmu.
- Yusina Chrismardani, T. S. (2022). *Strategi Digital Marketing*. Penerbit Adab.