

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R. (2019). Analisis Kualitas Produk , Word Of Mouth , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Program Studi Manajemen 2019. *Jurnal Analisis Kualitas Pproduk, Word Of Mouth, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Program Studi Manajemen 2019*.
- Abriansyah, & Herry, N. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima Abriansyah,. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 1(2), 115–123.
- Ananda, R. F., Siregar, E. S., & Saputra, O. (2023). Pengaruh Diskon Harga Dan Endorsmentterhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islamuin Sts Jambi). *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 144–158. <https://doi.org/10.61722/Jssr.V1i2.122>
- Anggoro, Y. (2020). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa*. 4(1), 52–59.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Kualitas 2. *Jurnal Ilmu Sosial (Jisos)*, 1(2), 85–104. <http://Bajangjournal.Com/Index.Php/Jisos>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Mcgraw-Hill.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1134>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/Jpek.V5i1.3444>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 1x, 104–112.
- Damayanti Geraldine, A. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132–142. <https://doi.org/10.31603/Bmar.V2i2.6963>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., & Hasiru, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Cv . 1*(1), 76–81.
- Dr. M. Anang Firmansyah, Se., M. (2019). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.

- Dunakhir, S. (2019). *Uji Reliabilitas Dan Normalitas Instrumen Kajian Literasi Keuangan*.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi Brand Awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/Imj.V2i3.200>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25m*.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 10(3), 237. <https://doi.org/10.54144/Jadbis.V10i3.8633>
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi Manajemen*. 82–94.
- Hartini. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal On Education*, 5(2), 4170–4178. <https://doi.org/10.31004/Joe.V5i2.1115>
- Husniyyah, T., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Diskon, Flash Sale, Dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand The Originote Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 3(2), 314–328. <https://doi.org/10.55681/Economina.V3i2.1203>
- Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/Jmob.V1i4.3785>
- Jogiyanto. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41293>
- Kotler & Armstrong. (2016a). *Principles Of Marketing*. Person Education Limited.

- Kotler & Armstrong. (2016b). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*.
- Kotler, K. (2019). A Framework For Marketing Managemen. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
[Http://Sciotea.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari](http://Sciotea.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga. Edisi.
- Kuraesin, E., Maulana, H., & Setiyono, N. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Haqiqi Cilebut. *Indonesian Journal Of Innovation Multidisipliner Research*, 1(3), 324–335. <https://doi.org/10.31004/Ijim.V1i3.35>
- Lasiyono & Alam. (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Nurhaeni).
- Lelyana, L., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Diskon Dan Penilaian Produk Mie Gacoan Malang Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gofood. *Distribusi - Journal Of Management And Business*, 10(1), 11–18. <https://doi.org/10.29303/Distribusi.V10i1.217>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada Cv. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal Emba*, 9(4), 314–323.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).
- Marza Maulana Rughasy, & Nicholas Marpaung. (2023). Pengaruh Diskon Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Implusif Secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Steam Di Kota Medan). *Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 1(2), 95–102. <https://doi.org/10.61434/Dfame.V1i2.109>
- Maulana, A., Halim, H., & Ekonomi, F. (2024). Pengaruh Harga Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Ardymart Palembang. *Communnity Development Journal*, 5(2), 3974–3980. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021>.
- Nugroho, Y. A. (2011). It's Easy Olah Data Dengan Spss. *Yogyakarta: Skripta Media Creative*.
- Nurulhadi, F. L., & Hanifi, R. (2022). Analisis Kekuatan Dan Desain Frame Mini Bike 20 Inch Menggunakan Pendekatan Finite Elemen Method (Fem). *Jurnal*

- Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 362–367.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/Equi.V18i1.3498>
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://ejournal.stic-aub.ac.id/index.php/Excellent%0ahttps://doi.org/10.36587/Exc.V7i2.793>
- Paramita. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mama-Mama Penjual Noken Di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21–24.
- Puput Yunita, L. I. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Kota Semarang). 279–287.
- Purwanty, U. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 31–40. <https://doi.org/10.57151/Jeko.V3i1.356>
- Putra, E. W., & Yulianto, E. (2016). Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). 38(2), 184–193.
- Qoyum, Z. (2018). Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restaurant “ X ”. *Jre*, 1(2), 30–37.
- Sari. (2023). *Dasar - Dasar Metodologi Penelitian*.
- Sari Rahayu, E., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.59188/Jurnalsostech.V3i1.604>
- Sholekah, S. A., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Advance Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(2), 1718–1724. <https://doi.org/10.26740/Jptn.V10n2.P1718-1724>
- Sochib. (2022). Pengaruh Social Media Influencer, Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Wisnu Mahendri 1 , Muhammad Lutfi 2 1,2. 05.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7p (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Syafrizal, R., Putri Farida Sitorus, A., Azzahra Zebua, S., Faliha Syahira, D., Nada, Q., Ratisya Dwina, S., Ilyas Sapawi, M., William Iskandar Ps Kenangan Baru, J. V, & -Sumatera Utara, M. (2024). Pengaruh Strategi Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Dan Alfamart Di Kawasan Unimed. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 356–369. <https://doi.org/10.30640/Digital.V3i2.2705>
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*.
- Udin, M. B. (2021). Buku Ajar Statistik Pendidikan. In *Forum Statistika Dan Komputasi* (Vol. 8, Issue 1).
- Umar Suryadi Bakri. (2016). *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional (Yogyakarta)*.
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/Ip.V7i1.2281>
- Walker, J. (2000). Brand Image. In *New Scientist* (Vol. 165, Issue 2229). <https://doi.org/10.5040/9781501365287.280>
- Wanda, W., Tahir, M., & Syarif, A. (2024). *Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Kelurahan Pulau Kodingareng Kota Makassar*. 5.
- Wanita, P. K. (2023). *Surakarta Management Journal*. 5(1), 52–62.
- Wibowo, L. . (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Alfabeta.

- Widana. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering* (Vol. 15, Issue 1). <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Widodo. (2017). *Metode Penelitian Populer & Praktis*.
- Wulandari. (2022). *Pendekatan Teori Transculture*.
- Zahra, A. S., Listyorini, S., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Customer Experience Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Nasmoco Siliwangi Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 484–492.

