

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, F., & Lumbanan, B. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic. *Widya Manajemen*, 4(2), 111–119. <https://doi.org/10.32795/Widyamanajemen.V4i2>
- Alifiyah Melania Noeri, Sucipto Hendri, Dumadi, & Riono Slamet Bambang. (2023). Analisis Branding, Cita Rasa Dan Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Kedai Seblak Mega Easy Losari. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1041–1052. <https://doi.org/10.24815/Jimps.V8i3.24927>
- Anam, M. M., Tulhusnah, L., & Ediyanto, E. (2024). Pengaruh Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Beras Ud. Gotong Royong Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(11), 2194–2208.
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=Ntxleaaaqbaj>
- Astri, F., & Tolitoli, U. M. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Sahabat Rpk Umi Di Terminal Pasar Bumi Harapan Tolitoli Maskur 2. *Journal Of Economic, Management And Accounting*, 1(3).
- Baihaky Safarudin, Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati Rita Indah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1, 85–104.
- Djafar Novita, Yantu Irwan, Sudirman, Hineo Raflin, & Hasiru Roy. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *JOURNAL Of ECONOMIC And BUSINESS EDUCATION*, 1, 76–2.
- Effendi, U., & Batubara, A. R. (2016). Psikologi Konsumen. In *Psikologi Konsumen* (1st Ed., Pp. 247–304). PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Fauza¹, N., & Suryomurti², W. (2024). *The Influence Of Promotion, Service Quality, Price, And Store Atmosphere On Purchasing Decisions*. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V5i8.2696>
- Febrianto, D., Yuliati, N., & Atasa, D. (2023). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Super Glu! Rungkut. *AGROTEKSOS*, 33(2), 561–571.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap Dan Pemasaran* (E. R. Fadilah, Ed.). Deepublish Publisher.
- Ghazali, I. (2020). Grand Theory, 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis. *YOGA PRATAMA*.

- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*.
- Haba, T. S., Paridy, A., & Amaral, M. A. L. (2022). Webinar Dan Call For Paper Fakultas Ekonomi Universitas Tidar 2022 Pengaruh Promosi Dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang. *Webinar Dan Call For Paper Fakultas Ekonomi Universitas Tidar 2022*, 19, 391–405. [Http://Jurnal.Untidar.Ac.Id](http://Jurnal.Untidar.Ac.Id)
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (Try Koryati, Ed.; 1st Ed.). Penerbit KBM Indonesia. [Www.Penerbitbukumurah.Com](http://www.Penerbitbukumurah.Com)
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa Di Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 99–02.
- Hidayat, M. S., Kunci, K., Produk, K., Layanan, K., & Pembelian, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 6, Issue 4).
- Jariyah, K. A., & Yucha, N. (2020). Analisis 'pengaruh' kualitas 'pelayanan' dan 'kualitas Produk' terhadap 'keputusan' pembelian 'di' toko Pakaian Ainun Jaya Kota Baru Driyorejo. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3, 247–258.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Exicellent Teori Dan Praktik* (Pp. 64–66).
- Kencana, P. N., Munadjat, B., & Wardani, W. G. (2024). *The Influence Of Service Quality And Promotion On Consumer Purchasing Decisions. International Journal Management And Economic*. <https://doi.org/10.56127/Ijme.V3i2.1289>
- Kotler, P. (1985). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Widyahartono Bob, Ed.; 2nd Ed.). CV Intermedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; 12th Ed.). Erlangga.
- Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H., & Yudianto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian. *MAGNA: Journal Of Economics, Management, And Business*, 3(2), 23–30.
- Marcell Leonard. (2019). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, *Corporate Social Responsibility* Dan Segmentasi Pasar Pt. Xyz Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2, 33–40.
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia Di Bandar Lampung). *Jurnal Technobiz*, 4(2), 62–69.

- Nawangsih, Ifa, Khoirul, & Ariyono, Kurniawan Yunus. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Widya Gama Press.
- Nurhayati Siti. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. IV(2)*, 60–69.
- Paramita Ratna Wijayanti Daniar, Rizal Noviansyah, & Sulistyan Riza Bahtiar. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Rianik, Pariyanti, E., Bakhri, S., Sulastri, S., Dede, Mardiono, Tri, Sugiono, Gumanti, M., & Misubargo. (2021). *Ilmu Manajemen Di Era 4.0* (C. Jatiningrum & S. Rahayu, Eds.). Penerbit Adab.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). KBM Indonesia.
- Saragih, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 1–8.
- Setyaningrum Ari, Udaya Jusuf, & Efendi. (2015). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E- Marketing* (Pp. 223–247). Penerbit Andi Yogyakarta.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat*, 5, 1–15.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (1st Ed.). ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Dan Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto, Ed.; 3rd Ed.). ALFABETA Cv.
- Sundari, U. Y., Panudju, A. A. T., Nugraha, A. W., Purba, F., Erlina, Y., Nurbaiti, N., Kalalinggi, S. Y., Afifah, A., Suheria, Elsandika, G., Setiawan, R. Y., Alfiani, L., & Pereiz, Z. (2024). *METODOLOGI PENELITIAN* (Suhardi, Ed.; 1st Ed.). CV. Gita Lentera. <https://www.researchgate.net/publication/377847335>
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen* (Gunawan & T. Admojo, Eds.). PT Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing* (3rd Ed.). Penerbit ANDI.

- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (A. Diana, Ed.). Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika* (F. Tjiptono, Ed.). Penerbit ANDI.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran* (1st Ed.). ALFABETA.

