

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., & Fadilla, Z. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Alatas, H., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Price Perception, and Promotion on The Purchase Decision of Aqua Brand Drinking Water in The Jakarta Area Final Project. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(4), 517–530.
<https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/833>
- Andrian, & Komariah, N. S. (2023). The Effect of Location, Personal Selling and Price Perception on Consumer Purchasing Decision in Property Company, North Bekasi District. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(6), 2411–2426. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i6.3966>
- Anwar, Q., & Saino. (2014). Pengaruh Program Promosi Penjualan Di Surabaya Selatan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Mulia Makmur Lestari. *Jurnal EMBA*, 8(3), 44–53.
- Destiani, A., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Alfamart's Cooking Oil

- Purchasing Decision in The Ciracas Area of East Jakarta. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS)*, 3(1), 160–168.
- Dwiyanti, N. K. N., & Hartini, N. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kemasan Siap Minum Merek Teh Pucuk Harum Di Dalung. *Journal Research of Management (JARMA)*, 3(1), 66–76.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., & YulianI. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ahlimedia Press.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 390.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Lestari, R. I., Pudjoprastyono, H., & Yudha Amriel, E. E. (2023). The Influence of Brand Ambassadors, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions for Mister Potato Snack Products in Surabaya. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 03(08), 1584–1588.

<https://doi.org/10.55677/ijssers/v03i8y2023-11>

- Lotulung, P. V, Mandey, S. L., Lintong, D. C. A., Persepsi, P., Dan, K., & Produk, K. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA*, 11(02), 561–572.
- Mariana, J. R., & Subarjo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-Wom), dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphone di Apple Store Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 24159–24167.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babee.Shopp Padang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1).
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Putri, M. Y., & Purwanto, S. (2024). the Influence of Price Discounts, Perceptions of Price, and Product Quality on Online Purchase Decisions Baba Rafi Turkish *Journal of* ..., 2(2), 44–54.

<https://ijari.publicscientificsolution.com/index.php/rv/article/view/52%0Ahttps://ijari.publicscientificsolution.com/index.php/rv/article/download/52/150>

Rahayu, S. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. 2(1), 109–113.

Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. Anugrah Jaya.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.

Sari, A. M., Pradnyana, I. D. P. R. W., & Sidi, A. P. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Gift Giving on Purchase Decisions on Lemonilo Noodles and NCT Dream. *International Conference of Islamic Economics and Business*.

Sari, I. P., & Realize, R. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kota Batam. *Jesya*, 6(2), 2177–2190. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1095>

Sari, R. P., Ibnu, F., Sukono, F., Wismanoro, Y., & Nuswantoro, U. D. (2024). Penerapan Bauran Promosi Teh Pucuk Harum Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Di Kota Semarang. *Journal Of Social Science Research Volume*, 4, 2398–2414.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru (Anggota IKAPI).

Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung. *E-Jurnal Riset Manajemen*.

Suryanto, M. H. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. PT Grasindo.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

