

## DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin et al. 2022. *Pengantar Manajemen (Konsep Dan Pendekatan Teoretis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azizah, S., & Adi, P. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 348-359.
- Baruno, A. & Sari, W. 2022. Pengaruh Bauran Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 6(1), 1-14.
- Beddu, M., Teri, T., Apriyandi, A., Sapri, S., & Kamariah, K. (2024). Efek Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Haji Kalla Cabang Parepare. *YUME: Journal of Management*, 7(1), 1181-1187.
- Dewi, Ni Nyoman Kusuma Aditya dan I Gede Ketut Warmika. 2017. Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(10). 5580-5606.
- Dianamurti, A.,T. 2023. Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*. 6(1) 51-59.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M., & Awan. 2022. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendrayani, E., dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hurriyati, R. 2020. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.

- Idrus, S., & MM, M. A. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jasmani et al. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal PERKUSI*. 2(3). 461-469.
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 27-36.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* 12(1). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P & Keller K.,L. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Inggris: Erlangga
- Legistari, K. (2024). Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Ciumbuleuit Kota Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(01), 119-126.
- Lestarina, Eni dkk. 2017. Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. 2(2). 1-6
- Lumintang, F.,Y. 2022. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Toko Ds Solution Kota Manado. *Productivity*. 3(4). 361-366.
- Marsella, Irene. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Ibox Gandaria City. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*. 6(1).
- Maryati dan M. Khoiri. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 11(1).
- Mulyawan, R. 2016. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. UNPAD
- Nugraha, et. al. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Putri, Budi Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: PT. Bali Orti Media.

- Radji, Djoko Lesmana dan Sagita Kasim. 2018. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal AKSARA*. 4(1).
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Gowa: Alauddin University Press.
- Riyoko, S. 2020. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Rudy Irwansyah, dkk. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Satriadi dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish (Anggota Penerbit CV. Budi Utama).
- Sardimi. 2020. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sopiyan, Pipih. 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 13(2).
- Sugiharto, N. A., Nurhayati, N., & Madani, F. 2021. Pengaruh Reputasi Dan Online Customer Review Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pengunjung Tokopedia). *Pro Mark*, 11(2).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, Eka Septiana dan Anna Widayani. 2020. Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 4(1). 133-142.
- Syah, R. 2021. *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Syarifuddin, S., Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. (2022). Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran.
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penertbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Wardani, Nuril Kusuma dan Aninditya Daniar. 2021. Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Keputusan Membeli Produk Skincare Saat Pandemi. *Prosiding SNADES*. 192-200.
- Widiana, M.,E. 2020. *Pengantar Manajemen*. Jawa Tengah: Pena Persada.

Yulianto, Andi, et. al. 2024. *Manajemen Pemasaran Pemasaran dalam Persepektif: Memahami Perubahan dan Tantangan*. Brebes: Umus Press.