

DAFTAR PUSTAKA

- Adyas, D., & Khairani, A. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan TV Tokopedia. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 95–101. <https://doi.org/10.35592/jrb.v2i2.402>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Ansofino. (2016). *Buku ajar ekonometrika*. Dee publish.
- Arifin, F., Asiyah, S., & Mustapita, A. F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E - Commerce Shopee (Studi Kasus Pada FEB Angkatan 2017 Unisma). *Jurnal Riset Manajemen*, 106–116.
- Arrias, J. C., Alvarado, D., & Calderón, M. (2019). *No*
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian.
Online. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Brand, M., Sebagai, A., & Mediasi, V. (2019). *Penelitian ini menjelaskan pengaruh daya tarik iklan terhadap*. 8(10), 5947–5965.
- Chofiyatun, S. N. (2020). *Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image Sebagai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Program Studi Manajemen (S-1) Kebumen Program Studi Manajemen (S-1) Kebumen*.
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). 濟無 *No Title No Title No Title*. 1–8. Erika, E., Yunior, K., Devita, F., Tamara, I., & Herryanto, C. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja, Kompensasi dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan dalam PT. Sabas Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 905–914. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.465>
- Fadillah, F. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 133–142.

- Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen. (2018). AQLI Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Jurnal Riset Sains Manajemen. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 121–130. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1477534>
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307–316. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.271>
- Fistiani, B., Vestikowati, E., Nursetiawan, I., & Galuh, U. (n.d.). *Pelaksanaan promosi objek wisata di kecamatan cijeungjing oleh badan promosi pariwisata daerah kabupaten ciamis*. 1709–1716.
- Haryanto Rudy. (2021). Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik). In *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Vol. 53, Issue 9). [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W9AeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&ots=eZM7-DMe1t&sig=aRHowC-8sAlfqrSuYilSPLCbQMU&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen Pemasaran Bank Syariah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W9AeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&ots=eZM7-DMe1t&sig=aRHowC-8sAlfqrSuYilSPLCbQMU&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&f=false)
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Jacob, A. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). The Influence Of Ad Attraction And Product Image To The Purchasing Decision Of Chitato Chips Product In The Student Feb Unsrat. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 988–997.
- Juliyana, E., & Nurafiah, C. A. (2020). Peranan Internet Dalam Meningkatkan Citra Sma Swasta Budi Agung Medan. *Peranan Internet Dalam Meningkatkan Citra Sma Swasta Budi Agung Medan*, 3(1), 13.
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang, Vol.3, No.1, 2020: 1-13*, 3(1), 1–13.
- Khasanah, L. N., Asiyah, S., & Slamet, A. R. (2021). Analisis Kualitas Layanan Grab Protect, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Menggunakan Transportasi Online Pada Masa

- Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2017 Jurusan Manajemen yang menggunakan Grab). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(09), 76–86.
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Perpustakaan Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin' Donuts Bandung. *Ekonomii, Bisnis & Enterpreneurship*, 1(1), 27–36.
- Laba, T., Mikro, U., Menengah, K., Di, U., & Timur, J. (2022). VOL. 2, NO. 2, Juni 2022. 2(2), 89–99.
- Luckyta, K., Putra, B., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (n.d.). *TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO (Studi kasus pada mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Made, N., & Sari, W. (2021). *Ni Luh Sri Kasih 1 , I Gusti Ketut Adi Winata 2 , Ni Made Wulan Sari Sanjaya 3*. 13(3).
- Maysara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2018). Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 2017*, 9–29.
- Muhammadiyah, U., Utara, S., Pohan, S., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Bayar Pada Grapari Telkomsel Mini Multatuli*. 3(3), 495–504.
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia*. 2(2).
- Pahlawan, M. R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 228–244. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1560>
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. D., & Soepeno, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel di CV. Karunia Meubel Tuminting. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1018–1027. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32670>
- Ridha Maisaroh, & Maulida Nurhidayati. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>
- Ritonga, H. M., & Pane, D. N. (2020). *Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang*. 12(2), 30–44.

- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif dan konbinasi (mixed methode)*.
Alfabeta.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap MInat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 209–221.
- Supardi, S., Yusril, M., Zamri, A. T., & Ak, U. A. (2021). Analisis Bauran Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kampar. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 15(1), 107–113. https://repo.stiebangkinang.ac.id/id/eprint/121%0Ahttps://repo.stiebangkinang.ac.id/121/1/ANALISIS_BAURAN_PROMOSI_DAN_PENGARUHNYA_TERHADAP_KINERJA_PEMASARAN_USAHA_MIKRO_KECIL_DAN_MENENGAH_DI_KABUPATEN_KAMPAR.pdf
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Susilawati, E., & Mulyana, A. (2018). Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada PT. Indocement Tunggul Prakarsa (Persero) Tbk Periode Tahun 2010-2017. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 82–96. <https://doi.org/10.35138/organum.v1i2.33>
- Sustiyatik, E., & Setiono, B. A. (2020). Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan*

Kepelabuhanan, 10(1), 75. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i1.75>

- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tito, A. C. P., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 98–114. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>
- Tjiptono. (2017). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kerudung Rabbani (Studi kasus pada Pondok Pesantren Putri Walisongo Cukir Jombang). *Journal of Business and Innovation Management*, Vol. 2, 387. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/131/89>
- Tsamrotul Paudah, S., Agdhi Rahwana, K., Barlian, B., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Heler CV Wirabuana Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 2–3.
- Ully Aulina, N., & Politeknik Darussalam, M. (2021). Rizka Permata Sari. *Rizka*.
- Peran Promosi JPD*, 1(1), 29–35.
- Utama, L. H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, dan Harga dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 132–139. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30269>
- Utami, P., & Mubarak, A. (2018). Parenting Model of Child Related To Internet Usage in Asia. *Prosiding Nasional Psikologi*, 2, 1–9.
- (2022). No Title, 8.5.2017, הכי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העינים 7ארץ, WHO. 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Widiawati, D., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorcer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *JURNAL TESLA : PERHOTELAN - DESTINASI WISATA - PERJALANAN WISATA Pengaruh*, 1(1), 9–15.
- Wiranti, N. A. (2021). *Klasifikasi shopping motivation konsumen*

berdasarkan store atmosphere dan loyalitas konsumen Classification of consumershopping motivation based on store atmosphere and

consumer loyalty. 13(1),103–113.

Wirawan, Andi Andika, Sjahrudin, Herman, Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

Zufaldi, M., Evanita, S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen DanWirausaha*,01(01),2019.

<http://103.216.87.80/students/index.php/mnj/article/view/5531>

Agus Gunawan. (2019). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.

Andrini, R., & Rika Septianingsih. (2019). Manajemen Pemasaran Al-Fatih Moslem Store Pekanbaru Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Ekonomi Islam. *Jurnal ISLAMIKA*, 2(1), 1–10.

Arifudin, O., Tanjung, R., & Sofyan, Y. (2020). Manajemen Strategik Teori Dan Imlementasi. *Manajemen Strategik Teori Dan Imlementasi*, 177.

Boka, R. M. B., Moku, B. J., & ... (2022). Manajemen Pemasaran Online Masa Pandemi Covid-19 di Cozy Time Café Tomohon. *Jurnal Administrasi Bisnis* ..., 12(2), 145–150. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/44729>

BUANA, E. A. (2019). *Pengaruh daya tarik iklan televisi situs jual beli online bukalapak versi “semua bisa dinego” terhadap minat beli calon konsumen di sma kristen terang bangsa semarang*. 149.

Cumbara, W. A. W. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan 3 Hutchison di Kota Semarang). *Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–135.

Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136>

Erina Alimin, Eddy, Diana Afriani, Nendy Pratama Agusfianto, Yusi Faizathul Octavia, Titiek Mulyaningsih, Satriawan, Siti Yulianah M. Yusuf, Rudy Irwansyah, A. M., & Adiek Astika Clara Sudarni, Budiani Fitria Endrawati,

- Suhadarliyah, Armiani, Sri Umiatun Andayani, M. A. T. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Suparyanto dan Rosad (2015)* (Vol. 5, Issue 3).
- Fahrner, R. (2014). Ishak. *Lyrische Dramen Nach Orientalischen Quellen*, 161–230. <https://doi.org/10.7788/boehlau.9783412217785.161>
- Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Publikasi Ilmiah*, 689–705. <http://hdl.handle.net/11617/9995>
- Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Haryana, F. E. A., Aryanto, H., & Maer, B. D. A. (2020). Perancangan Strategi Promosi “Ivorie’S Cake.” *Jurnal DKV Adiwarna*, 1.
- Haryanto Rudy. (2021). Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik). In *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Vol. 53, Issue 9). [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W9AeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&ots=eZM7-DMe1t&sig=aRH0wC-8sAlfqrSuYilSPLCbQMU&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen Pemasaran Bank Syariah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W9AeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&ots=eZM7-DMe1t&sig=aRH0wC-8sAlfqrSuYilSPLCbQMU&redir_esc=y#v=onepage&q=Manajemen+Pemasaran+Bank+Syariah&f=false)
- iwansopwandin. (2019). *78 / Page Sopwandin*, 4(2), 78–85.
- Jacob, A. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). The Influence Of Ad Attraction And Product Image To The Purchasing Decision Of Chitato Chips Product In The Student Feb Unsrat. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 988–997.
- Krisdayanti, H., & Arini, E. (2021). Pengaruh Daya Tarik, Citra Merek, Keahlian Dan Selebriti Endorse Terhadap Minat Beli. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 3(1), 67–75. <https://doi.org/10.36085/jems.v3i1.2744>
- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59. <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/20>
- MAS’ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>

- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 2685–6972. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Mulyana, M. (2019). Peran Pemasaran dalam Masyarakat dan Perusahaan. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Nurmalasari, I., & Karimah, D. Z. (2020). Peran Manajemen Sdm Dalam Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Mutu Pendidik. *MANAGERE : Indonesian Journal of Educational Management*, 2(1), 33–44. <https://doi.org/10.52627/ijeam.v2i1.14>
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 02(01), hal. 13-17.
- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Se'I Sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417–1427. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41930>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Salim, E., Andri, A., & Neldi, M. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Harga dan Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Bisnis Smartphone. *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 73–83.
- Saragih, R., & Elisabeth, D. M. (2019). Jurnal Manajemen Tools. *JURNAL MANAJEMEN Open*, 9(September 2017), 283–290.
- Saraswati, C., Suharno, & Achmad, G. N. (2020). the Effect of Advertising Attractiveness and Celebrity Endorser on Brand Image and Buying Intention of Shampoo Pantene. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 216–226.

- Schiffman dan Kanuk dalam Dwi Mardani, A., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Stiepertiba*, 6, 96–104. <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/94>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sudjiman, P. E. S. dan L. S. (2018). KOMPUTER DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN Paul Eduard Sudjiman dan Lorina Siregar Sudjiman COMPUTER BASED MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM. *Jurnal TeIKa*, 8, 55–67. <https://jurnal.unai.edu/index.php/teika/article/view/2327>
- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro*, 11.
- SYABAN, M. (2019). Konsep Dasar Manajemen Pendidikan Islam. *Al-Wardah*, 12(2), 131. <https://doi.org/10.46339/al-wardah.v12i2.141>
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). No Title. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Wahyudin, W., Muslihah, E., & Suryapermana, N. (2020). *Pengertian , Ruang Lingkup Manajemen , dan Kepemimpinan*. 1(2), 111–124.
- Wahyuni, R. wahyuni, & Syaifullah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harmoni Suites Hotel Batam. ... *JOURNAL: Jurnal Ilmiah* https://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/4227%0Ahttps://forum.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/4227/2222
- Wirawan, Andi Andika, Sjahruddin, Herman, Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>
- Yuliyzar, I., & Enjelita, S. D. (2020). Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui Daya Tarik Iklan Dan Label Halal Produk Lipcream Emina Pada Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Dynamic Management Journal*,

4(1), 1–17. <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i1.2477>