

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan F. T. (2021). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Akbar, M. F. (2021). *Seminar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Insan Cendekia Mandiri.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Ardinata, R. P., Susanti, R., & Rahmat, K. (2023). *Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat*. 5(1), 1–9.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Arraniri, I. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Insania.
- Astuti, M. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Budianto, Y. P., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–10.
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia dan Penulis.
- Dewi, A. S., & Habiburrahman, N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Eleven March Store Kota Padang. *Jurnal Economina*, 2(5), 1127–1133. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i5.543>
- Dewianawati, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Intelektual manifes Media.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Fauzi, Y. (2019). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>

- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. DOTPLUS Publisher.
- García Reyes, L. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi Dan Pengalaman Sebelumnya Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hidayat, D. R. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya)*. 237–250.
- Ilham Hadi Nur Yufa, D., & Dwi Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Indrawan, M. G. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cv. Gita Lentara.
- Istikhomah, D., & Susanta, H. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 1.
- Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen.Indonesia*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In Pearson.
- Lovelock, Christopher dan Wirtz, J. (2022). *Service Marketing*. Pearson Education, Inc.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*. 2.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babeeshopp Padang*. 2(1), 255–268.
- Muhfizar, D. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Media Sains Indonesia.
- Muryani, E. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Unisma Press.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.

- Pandowo, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV. Basya Media Utama.
- Prasanti, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee*.
- Rafikasari, T. (2021). *Pengaruh Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Furniture. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sirkah Purbantara Utama, 10, 1–18*.
- Raharjo, T. W. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM*. Jakad Publishing.
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- Saputra, E., & Ambiyar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya pada Kepuasan Wisatawan di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 183. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p10>
- Sari, O. H. (2023). *Digital Marketing Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing indonesia.
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatma Jawa.
- Setiadi, D. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee*.
- Shamout, M. D. (2016). *The Impact of Promotional Tools on Consumer Buying Behavior in Retail Market*. 7(1), 75–85.
- Simanihuruk, P. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen Strategi Pemasaran yang Efektif Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing indonesia.
- Souhoka, S. dan M. A. (2021). *Pemahaman Praktis Pengembangan Sumber Daya Manusia*. CV Jakad Media Publishing.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sukmawati, A. S. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing

indonesia.

- Sukri, S. Al. (2020). *Basic Marketing Strategy*. Forum Pemuda Aswaja.
- Suryanata, I. G. N. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *Jupe*, 08(1), 86–94.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Susanto, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Sari Ater Hotel & Resort, Subang. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i2.34>
- Swastha, Bashu dan Handoko, H. (2022). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Wahyudi, Z. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Citra Merek, Kualitas Palayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee.
- Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Winarni, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. 27(2), 35–47.
- Yunus, A. I. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Zain, D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Get Press Indonesia.