

DAFTAR PUSTAKA

- Abaharis, H., & Aldwi, A. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Aicos di Padang Pariaman. *Jurnal Pundi*, 04(02), 171–180. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i2.219>
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Algustin, W., & Matoati, R. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Emina pada Generasi Z. *JURNAL Bisnis Dan Ekonomi*, 27(1), 4. <https://doi.org/10.32493/smk.v4i2.10994>
- Alvina Hannah Ahmad, & Desy Prastyani. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, dan Citra Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Ekuitas Merek Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 194–210. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2107>
- 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. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anggraini, A. P., Tahani, K., & Kanaya Alifa Ara, B. (2023). Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen. *Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 2(1), 28–34. <https://doi.org/10.55983/inov.v2i1.393>
- Arfan, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (p. 4). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen_Pemasaran.pdf*. Cipta Media Nusantara.
- Arianto, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Qiana Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 100–111. <https://doi.org/10.57171/jesi.v3i1.53>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Widina Bhakti*

Persada Bandung. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.

- Ayunda, F., Samsir, & Wijayanto, G. (2023). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Suku Cadang AC Mobil Denso di Kota Pekanbaru*. 11(2), 167–176.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. nyoman K. (2023). *Kualitas produk, kepuasan konsumen dan n.pdf* (p. 16). MEDIA PUSTAKA INDO.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Cahyo Nugroho, A., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Harga Di Aplikasi Tokopedia. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(03), 163–181. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i03.612>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1), 61–70. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *brand islamic brandinh dan rebranding.pdf*. PT RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Dakwah, M. M., Abdurrahman, A., Mulyono, L. E. H., Wafik, A. Z., & Rinuastuti, B. H. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Pdam Tirta Ardhia Rinjani Kabupaten Lombok Tengah. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 12(1), 147–158. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v12i1.477>
- Dewi, P. K., Utomo, Y. T., Sasono, H., & Murtadlo, B. (2022). Analisis Brand

- Image Dan Kualitas Persepsian (Percivied Quality) Halalan Toyiban Terhadap Ekuitas Merek Produk Ayam Geprek Assalam Ngawi. *Youth Islamic Economic Journal*, 03(02), 37–44. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/180/107>
- Dwiwijaya, K. A., Badruddin, S., & Suprpto, A. T. (2024). *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (pp. 7–9). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., & Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 4343–4349.
- Eltonia, N., & Anindita Hayuningtias, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 6(2), 250–256. https://jdih.pu.go.id/detail-dokumen/2823/1#div_cari_detail,
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan konsumen. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- Estifaza, & Yucha, N. (2023). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen* (p. 27). CV. Intelektual Manifes Media.
- Fatma, N., Alimuddin, M., Latiep, I. F., Ainun, A. N. A., & Poddala, P. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. <https://books.google.co.id/books?id=b7vFEAAAQBAJ>
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Febrianti, W., & Hasan, R. (2022). Impact of Product Quality and Brand Image Towards Buying Decisions with Buying Interest as Mediation Variable. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(11), 1899–1912. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i11.202>
- Ferine, K. F., & Juniarti. (2022). *PELAYANAN SDM.pdf* (p. 91). Selat Media Patners.
- Petrizen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Firmansyah, D. M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek.pdf* (p. 350). https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_PRODUK_DAN_MEREK/fiHHEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2022). Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk

terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 86–96. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6514>

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

Gunawan, D. (2022a). *Keputusan Pembelian Konsumen MarketPlace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (p. 5). PT Inovasi Pratama Internasional.

Gunawan, D. (2022b). *Keputusan Pembelian Konsumen MarketPlace Shopee Berbasis Social Media Marketing* (p. 5). PT Bumi Aksara.

Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>

Hia, E., Halawa, A., & Hiya, N. (2024). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keuantittas Pembelian Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening FajarIndo Anugerah Sukses Sejati Medan*. 4, 870–888.

Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran* (pp. 5–7). Kaizen Media Publishing.

Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44-50>

Irvan, M., Yani, B. A., & Marwati, F. S. (2022). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online (Pengguna Shopee Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 444. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4538>

Istanti, E. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Burger King Kawasan Plaza Surabaya*. 1, 1–22. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu_rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Iswahyudi, M. S., & Budaya, I. (n.d.). *Manajemen pemasaran.pdf*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020 the Effect of Brand Equity , Brand Image , and

Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Samsung Smartphone Products on Students of the Fac. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.

Kahfi, S., & Kasanova, R. (2020). Manajemen Pondok Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pondok Pesantren Mambaul Ulum Kedungadem Bojonegoro). *Pendidikan Berkarakter*, 3(1), 26–30.

Kholida, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor pengambilan keputusan keputusan pembeliannnn berlabel halal.pdf* (p. 79).

Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>

Lapian, S. L. H. V. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Pt. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 901–910. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22919>

Lelet, P. S., Lumanauw, B., & Lintang, D. C. A. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Manzone Di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA*, 10(1), 1590–1599.

Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>

Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H., & Yudianto, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian*. 3, 23–30. <https://doi.org/10.32699/magna.v3i2.7884>

Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>

Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). *Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Berdasarkan Ekuitas Merek*. 4, 6.

Mardizal, J., Rizal, F., Prof, P., & Syah, N. (2024). *Manajemen Kualitas Air*. Eurika Media Aksara.

Marlius, D., & Darma, K. P. K. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Oppo Pada Toko Faiqah Ponsel Di Ujung Air, Kecamatan Sutera, Kabupaten

- Pesisir Selatan, Sumatera Barat. *Jurnal Economina*, 2(1), 1050–1062.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.234>
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i1.309>
- Maulidah, R., Mardani, R. M., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 744–754.
- Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja.pdf* (p. 121). UB Press.
- Murni, Y., & Yulika, F. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan membeli air minum dalam kemasan merek sms pada masyarakat VII koto sungai sarik kabupaten padang pariaman. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Menara Ilmu*, 11(78), 232–247.
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen pemasaran* (H. Wijoyo (ed.)).
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Nathania, V. (2022). *Jenis-jenis Air Minum dalam Kemasan dan Pengaruh bagi Kesehatan*. Gazalia Solahuddin.
- Novia, A. N., Semmaila, B., & Immaludin. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 175–182.
<https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Novitasari, D. A., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 962.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1044>
- Nugroho, R. W., Insani, S. F., & Cahyaningrum, B. N. (2020). Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Nike di Media Sosial Pada Kalangan Konsumen Muda. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205><http://>

Nurhasanah, N., Perkasa, D. H., Magito, M., Fathihani, F., Abdullah, M. A. F., & Kamil, I. (2023). Keinginan Berwirausaha Mahasiswa Pada Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 27–44. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.2702>

Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen* (p. 73).

Nurhayati, Febrianto, A., & Rasyidi. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Puruk Cahu. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 54–64. <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/bisnispembangunan/article/view/8867>

Nuryanti, A. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). The influence of product quality, word of mouth and customer satisfaction on purchasing decisions for texas collection bags at the texas collection shop in east jakarta. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(Januari-Juni 2023), 2749–2758.

Ovan, & Saputra, A. (2020). Instrumen Penelitian.Pdf. In *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Pahmi. (2024a). *Kualiatas Produk* (p. 70). Nas Media Pustaka.

Pahmi. (2024b). *Kualitas Produk dan Harga.pdf* (p. 70). Nas Media Pustaka.

Pramukti Kusumaniar. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Menabung Pada Tahapan Bca Di Kantor Cabang Bank Central Asia Equity Tower Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekbank, Volume 2 Nomor 1 Juni 2019*, 2(1), 28–38.

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, 16(1), 1–8.

Rafqi Ilhamalimy, R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>

- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rainy Firohmatillah, A., & Arisena, A. (2021). Pengaruh Stress Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention Pada Koperasi X di Jawa Barat Menggunakan Pendekatan Partial Least Square (PLS). *Jurnal Co Management*, 3(2), 508–517. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.429>
- Rama Putra Barusman, A. (2021). *Model Kepuasan Mahasiswa* (p. 48). CV. Adanu Abimata.
- Rianto, M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (p. 49). M Hamdi HS , S.IP.,M.AP.
- Rosadi, R., Kurniawan, L. A., Aziz, S., & Huda, N. (2023). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Superindo Supermarket Karawang). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 2(1). <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i1.130>
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis by Ali Sadikin, S.E., M.Si., Isra Misra, S.E., M.Si., Muhammad Sholeh Hudin (z-lib.org)*.
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Samsiyah, S. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV. Mega Press Nusantara.
- Santika, D., Stepahnie Titing, A., & Hendrik. (2023). Pengaruh Servant Leadership Style dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Motivasi Kerja Pegawai. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 160–167. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.893>
- Shyreen, N., Astuti, D., & Nooviyanti, D. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 174–185. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>
- Simanhuruk, P., Zilfana, & Tamba, D. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen.Pdf*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Simanihuruk, P., Tamba, D., & Prahendratno, A. (2023). *Memahami Kepuasan konsumen.pdf* (p. 49). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Siswanto, A. (2024). *Pengantar Manajemen.pdf*. In *PT. Sonpedia Publishing Indonesia* (pp. 1–151). Zifatama Jawa. https://www.google.co.id/books/edition/PENGANTAR_MANAJEMEN_Konsep_dan_Praktik/EgjKEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, A. S. (2021). *Buku ajar perilaku konsumen.pdf*. PT. Nasya Expanding Management.
- Siyanto, Y., Saputro, A. H., Fathoni, M. I., & Yucha, N. (2022). *Manajemen Ritel* (p. 102). CV. Rey Media Grafika.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Suryani, N. I., & dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Suwarno, B. (2022). An Analysis Of Purchase Decisions On Customer Satisfaction Through Customer-Based Brand Equity And Product Innovation: Consequences For Air Conditioner Panasonic In Medan. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(3), 605–620. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i3.515>
- Syahputra. (2023). *Strategi Pemasaran dan Bisnis Startup*. Dr. Miko Andi Wardana S.T., M.Si.
- Usman, H. (2022). *Manajemen.pdf* (p. 5). PT Bumi Aksara.
- Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe and Food Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i2.1524>
- Wibisono, A., Destryana, R. A., & Ghufrohy, A. (2021). Pelatihan Partial Least Square (PLS) Bagi Mahasiswa. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(2), 24–30. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i2.1542>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135.
- Yani, S. R., & Siwi, M. K. (2020). *Analisis Penggunaan Media Sosial dan Sumber*

Belajar Digital Dalam Pembelajaran Bagi Siswa Digital Native Di SMAN 2 Painan.

Yasinta, K. L., & Romauli Nainggolan. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Performa*, 8(6), 687–699.
<https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3806>

Zaid, Z. (2021). Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan. In *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan* (p. hal.21). Academia Publication.