

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.3070>
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal, Merk, kualitas SDM dan Harga terhadap kinerja operasional Melalui Kualitas Produk di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Amalia, R. (2024). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Shoes Holik Yang Terdapat Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(1), 22–27. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.236>
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). pengertian manajemen pemasran, (July), 1–23.
- Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/I Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 593–604.
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title, 9, 356–363.
- Andayaningsih, S., Nurinaya, & Marhumi, S. (2022). Analisis keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Penjualan pada PT Wicaksana Overseas International. Tbk Cabang Gowa. *Mirai Management*, 7(3), 540–548.
- Ardiprawiro. (2023). the Influence of Price and Product Variety on Purchasing Decisions for Mountea. *International Journal Management and Economic*, 2(2), 47–58. <https://doi.org/10.56127/ijme.v2i2.745>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Barus, N., Pangaribuan, M., & Purnama, S. (2021). Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms. Glow pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2, 616–626.
- Billy Surya Hanjaya, Bayu Setyo Budihardjo, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92–101. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.290>
- Desita, Y. A. (2021). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Dr. Saida Zainurossalamia ZA, M. S. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Strategi*.
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Dwijantoro, D. daN S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*, 4(2), 172–178.
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Product Innovation , Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap kinerja operasional melalui kualitas produk Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Fiazisyah, A. (2022). Pengaruh Product Innovation , Keunggulan Bersaing, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kualitas Produk Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya Annisa, 7(2), 178–187.
- Gofur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas SDM dan Harga terhadap kualitas produk, 4(1), 37–44.
- Gunawan, F. S. A. C. (2022). Pengaruh Bauran Promosi, Harga dan inovasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang.
- Hakim, M. A., & Suprihhadi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Jokopi Cabang Dinoyo Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–14.
- Hermawan, S. (2018). pengaruh promosi, Keunggulan Bersaing dan lokasi terhadap keputusan pembeli konsumen serta Kualitas Produk sebagai variabel intervening cafe imah babaturan kota bandung.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Ii, B. A. B. (2019). 1), 2) 3), 9–39.
- Indarwati, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Pembelian Produk Di Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)*, 2(Customer Experience, Customer SatisfactionCustomer Loyalty), 6–8.
- Indra, Y. (2021). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Niat Beli Online Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Terhadap Pemasaran Media Sosial (Studi Pada Konsumen Dazzle). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Operasional melalui Kepuasan Pelanggan Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.

- Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609–624. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>
- Ismunandar, A., & Munir, S. (2022). Peranan Sumber Daya Manusia dalam Keunggulan Bersaing di BMT Mekar Abadi Aji Sejahtera, Kecamatan Kota Gajah, Kabupaten Lampung Tengah. *Al-Wathan: Jurnal Ilmu Syariah*, 3(1), 51–64.
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>
- Laili, N. P. N., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(7).
- Lay. (2019). BAB II KAJIAN TEORITIS 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 5–30.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 56–65.
- Maharani, P. O., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Citra Merek Honda Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Honda Ahass Dirawalumbu. *Jurnal Ilmiah Multidisipline*, 2(7), 570–579.
- Manik, C. D., Salim, A., & Sugiyarto, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.32493/skr.v8i1.9716>
- Mardhiyan, A., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2024). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Minat Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Meubel Istiqomah Tasikmalaya, (5), 193–204.
- Mariyam, M., & Taharuddin, T. (2023). Pengaruh Brand Image dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Hasnur Yang Di Mediasi Oleh Word Of Mouth Positif. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 91. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17989>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Masalah, K. P., Persamaan, S., & Tiga, L. (2024). 3 1,2,3, (1), 243–255.
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Mathori, M., Sukmawati, D. A. R., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*

STIE Widya Wiwaha, 2(2), 579–599.

- Menurut Anggraeni dan Irviani (2017, 13). (2019). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nazara, D. M., Mandey, S. L., Sumarauw, J. S. B., Bauran, A., Dalam, P., Keunggulan, M., ... Sumarauw, J. S. B. (2024). BERSAING PADA KAFE SECOND CHANCE DI MANADO MARKETING MIX ANALYSIS IN INCREASING COMPETITIVE ADVANTAGE IN SECOND Jacky.sumarauw@gmail.com Jurnal EMBA Vol . 12 No . 3 Juli 2024 , Hal . 1017-1025, 12(3), 1017–1025.
- Ningsih, S., & Pradanawati, L. (2021). The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store). *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(3), 1–12.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2), 11–27.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Putra, R. B., Yeni, F., Fitri, H., & Hutapea, N. (2020). The Role of Consumer Satisfaction in Mediating Service Quality and Brand Image on Consumer Loyalty Penjualan Sepatu Toko Shoes Holic Padang periode April. *Universitas Muhammadiyah Sorong: EJournal Collections*, (2017), 108–119.
- Putri, A. R., Rachma, N., & Sholehuddin, S. (2020). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek Produk Halal Skincare Somethinc (Studi pada Mahasiswi FEB Universitas Islam Malang Tahun 2020). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 13(01), 543–552.
- Rodríguez, Velastequí, M. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title, 1–23.
- Roni Angger Aditama, S. S. M. M. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Ruliansyah, F., & Sampurna, D. S. (2020). the Influence of Product Quality , Price , and Brand the Influence of Product Quality , Price , and Brand Image on Motorcycle Purchase

Decisions. *Indonesian College of Economics*, 5(2), 1–18.

- S, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Membelian Produk Wardah. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 104–119. <https://doi.org/10.47686/jab.v9i1.584>
- Salsabila, T. P., Nursyamsi, J., & Utomo, J. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Media Sosial Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 192–200. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.1183>
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 370–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2176>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial , Kualitas Produk , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu) The Influence of Social Media Promotion , Product Quality , and Price on Purchasing Decisions (Case Study of Keikeu Cake Shop), (November), 6424–6434.
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27-34>
- Sihombing, T., & Sihombing, D. (2021). Influence of Interest, Price, Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions in Traveloka App. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 183–196. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1968>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2019th ed.). Bekasi: Alfabeta.
- Sulistiyowati, F. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapabilitas dinamik melalui inovasi sebagai variabel mediasi terhadap kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sektor Makanan di UMKM Kelurahan Kranji), 34–43.
- Taufik, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga , kualitas SDM, Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Kinerja Operasional Konsumen Melalui Kualitas Produk Pada 212 Mart di Kota Medan, 1(1), 165–173.
- Tjiptono, & Fandy. (2019). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Andi.*, 6–27.
- Tsaniyah, F. I., Mohammad, U., & Fadli, D. (2024). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Demonsnia Parfum, 02(02), 202–206.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Utami, Y. H. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan, Melalui Loyalitas Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sepatu

Shoes Holic Padang,” 282.

Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220.

Wati, R. M., & Alam, I. A. (2022). Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian, 1(9), 1727–1738.

Yoga, D. Y. (2023). pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Auto 2000 HR. Muhammad. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.