

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Sofyan, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 11–16. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>
- Aktabaroni, M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Sandang Ayu Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Ardhiza, A. R., Setianingsih, W. E., & Izzudin, A. (2023). PENGARUH DESIGN PRODUCT, PERSONAL BRANDING, DISTRIBUTION, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP (studi kasus pembeli pada Weverse Shop). *Growth*, 21(1), 99. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2811>
- Ariasa, M., Rachma, N., & Priyono, A. A. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 09, 113–131.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*. Asiva Noor Rachmayani. (2020). *MANAJEMEN PENGEMBANGAN KURIKULUM BERBASIS KKN*. 1, 6.
- 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>
- Darmawan, A., Moussadecq, A., Rohiman, R., & Kurniawan, H. (2022). Pelatihan Branding Produk Umkm Bagi Warga Kelurahan Mulyo Jati Kota Metro. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 25–31. <https://doi.org/10.30873/jppm.v4i01.3155>
- Dika Utama, S., & Eka Kusumastuti, A. (2024). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE KLATAK DI KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA (Studi Kasus Warung Sate Klatak Pak Bari)*. 8, 464–476.
- Fauziridwan. (2024). *Branding Strategy di Era Digital* (Issue March).
- Fera, Syawaluddin, & Okta, M. A. (2021). Pengaruh Atribut Produk dan Segmentasi Pasar terhadap Minat Beli Deposito PT Bank DBS Indonesia, TBK KCP Diponegoro Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 7(2), 10–19.

- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- 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>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Harnita, A., Kambolong, M., & Yusuf, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel lucky inn manado. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 302. <https://doi.org/10.52423/bujab.v1i2.9562>
- Ikhwan, & Kartini Aprianti. (2023). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Hokky Mart Bima. *Journal Intelektual*, 2(2), 205–212. <https://doi.org/10.61635/jin.v2i2.155>
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(1), 1–10. <https://osf.io/preprints/inarxiv/xz3d8/>
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Kurniawan. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Lampengan, P., Massie, J. D. ., & Roring, F. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepercayaan Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Manado. *Emba*, 7(4), 5693–5703. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26449>
- M. Amir, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan.

*Jurnal Warta Edisi 59, 1(59), 10.*

- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Mansur, H., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). ATRIBUT PRODUK DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (studi pada Gorontalo Post). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 725–742. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.640>
- Mubarok, R. (2021). Pelaksanaan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Rabwah*, 13(01), 27–44. <https://doi.org/10.55799/jalr.v13i01.11>
- Neissya, I. K., Mitrasary, A., Tanuwijaya, C. F., Fadila, D. A., Rohma, A. N., Rofifah, R., & Syarifah, S. (2022). Analisis Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Produk. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1)(December), 1–12.
- Nugraheni, D. P., & Dwiyanto, B. M. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt Nasmoco Majapahit Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Oscar, B., Hilman, M. M., & Megantara, C. (2020). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSLIM ARMY Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12. [www.kompas.com](http://www.kompas.com)
- Prijaya, A., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Branding, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1), 1–5. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>
- Rasti, A. (2022). *Manajemen koperasi*. 2–6.
- Rizki, Y., Marlin, K., & Shobirin, K. (2022). Strategi Pemasaran Pada UMKM Kawa Daun Celup Putry Bunga Tabek Patah Kecamatan Salimpaung. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 22–29.
- Ruswandani, P., & Mugiono, M. (2023). Pengaruh Harga, Manfaat Produk, dan Atribut Produk Terhadap Citra Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 893–906.

<https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.05>

- Safitri, M., & Ridho, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Mobil Kijang Innova VI Pada Auto 2000 Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 3(03), 1–9. <https://doi.org/10.24967/jmms.v3i03.574>
- Sari, U. K., Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2023). Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Terpadu Layanan Prodi (SIPL0) Menggunakan Model Delone Dan Mclean Pada Fakultas Teknik Universitas Mulawarman. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.536>
- Sidharta, G. (2022). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Sudha Sucandrawati, N. L. K. A. A. sudha, Usadha, D. N., & Merta, I. K. (2022). Peran Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Word of Mouth Marketing Di Perusahaan Lulur Sekar Jagat. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(2), 67–73. <https://doi.org/10.47532/jis.v5i2.453>
- Suhairi Suhairi, Dian Irmawani, Mira Nur Aisah, Sonia Purba, & Amalia Munajah Nasution. (2023). Peran Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i1.72>
- Suhesti, D. T., Amalia, N. F., & Ertama, R. (2021). Strategi Manajemen Pemasaran Paket Umrah Era New Normal. *SEMJ Sharia Economic Managemment Bussiness Journal*, 2(1), 24–42.
- Sulistio, A. B. (2021). BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Sumarni, W., Iswantir, I., Simbolon, A. M. Y., & Wijaya, N. A. P. (2023). Karakteristik Dan Konsep Manajemen Madrasah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.34125/jmp.v8i1.914>
- Suryadi, S., & Djajanto, L. (2020). Analisis Pengaruh Atribut Produk Sepeda Motor Terhadap Perilaku Konsumen. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 14(1), 17. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v14i1.84>

- Susilowati, I., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Brawijaya Istana Oleh-Oleh Khas Batu). *Jiagabi*, 9(2), 161–166.
- Suwarman, S. . (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Produk Yamaha Pada Pt. Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan*. 1–98.
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Tugiman, T., Herman, H., & Yudhana, A. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(2), 1621–1630. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i2.2227>
- Ummah, M. S. (2019). Metodologi penelitian dalam pendidikan olahraga. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Wahyuni, I. S., Yusuf, H., Sinarwati, S., Nasrul, N., & Zaid, S. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Media Sosial Facebook. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 373. <https://doi.org/10.55598/jmk.v14i1.26998>
- Wicaksono, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Angkringan Akropi Rawasari)*. Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Widowati, M., & Andrianto, F. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)*, 21.
- Yasmine, F. A. (2021). The Effect of Product Innovation and Product Quality on Purchase Decision with Brand Image as a Mediating Variable (Study on Wardah Cosmetic Consumers in Indonesia). *Widyagama National Conference On, Wnceb*, 358–368.