

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Renandho Raditya. (2016). *Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Simpati di Grapari Malang*. Skripsi: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Ari, Windy. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kesadaran Merek sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen alfamart di kecamatan gayungan, surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (2018).
- Astria, Rima. (2021). *PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA DI KOTA LANGSA*. JIM Manajemen: Manajerial Terapan 53 Volume 1, Nomor 1, November (2021).
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bahari, Andi Faisal. (2018). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata*. Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS) Vol.5, No. 1, (Januari-Juni 2018): 69-78.
- Bayu, Dendy Khresna. (2020). *pengaruh labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian minuman chatime*. jurnal sosial ekonomi pertanian p-issn 0853-8395; e-issn 2598-5922 vol. 16, no. 3, oktober (2020).
- Buchari, Alma. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Budhi, Satrio & Anwar Iful. (2015). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12, Desember (2015).
- Dewi, V.P. (2014). *Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Swalayan Ada Pati*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Diansyah, Putera Rachmat Meidian. (2017). *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian*. Vol. 32 No. 2 Juli (2017).
- Dunan, Hendri. (2022). *Pengaruh Faktor Sosial, Gaya Hidup, Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. 1 No. 3 (2022).
- Dwiyanti, Eris. (2018). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. 8 No. 2 Desember (2018).

- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. Jr. (2018), *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England.
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hanum, Farida. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Vol. 9 No. 3 September-Desember (2022) , 862-876.
- Khairun Nisa, (2022) . *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta)*. Vol 4, No 1, September (2022).
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, ed. 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Maharani, Putri (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di E-commerce "shopee" (studi kasus: pelanggan shopee di surabaya)*. Vol 9 No 7 Tahun (2022).
- Mangkunegara, A.A.A. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya Offside.
- Nasution, Hami Fadlilah. (2018). *PENGARUH KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan)*. Volume 4 Nomor 1 Ed.(Januari - Juni 2018) : hal. 26-39 p-ISSN: 2356-492X e-ISSN : 2549-9270

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta
- Suryati, L., & Sudarso, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta
- Widiyanti, Wiwik. (2020). *pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di depok*. Volume 7 No. 1 April (2020) P-ISSN 2355-2700 E-ISSN 2550-0139
- Yuandari Esti & R. Topan Aditya Rahman.(2017). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Bogor: In Media.
- Yustiawan, O., & Prijati. (2016). *pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian honda vario*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5, (2), 1-20.
- Yuvita, Heni. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion terhadap keputusan pembelian melalui brand equity (survei terhadap nasabah bank bni syariah di kota palembang)*. MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 9, No. 3, Oktober (2019). ISSN : 2088-1231 E-ISSN: 2460-5328 DOI: dx.doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.004.