

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin ,Z., & Sofyan,A. (2023) Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital. Khidmattusifa : Journal Of Islamic Studies.
- Agustianti,A.P. (2019). Pengaruh Diskon dan *Impulse Buying* Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/2745>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas.Jurnal Basicedu,6(4), 6491–6504.<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 3(3), 419–433.
- Ardianti, C. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Perceptioan Price* Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 Sampai Dengan Tahun 2018). Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis, 3(2), 1–9. <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/796> Diakses pada tanggal 26 Oktober 2021.
- Djaali. (2020). The Service Revolution and Its Marketing Implications: Service Logic vs Service-Dominant Logic. Journal of the Academy of Marketing Science,
- Durianto, D., Sugiarto, Sitinjak, T. (2021). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas merek dan perilaku merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, A. (2020). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data Kualitatif dengan Program NVIVO 12. Semarang: Yoga Pratama.

- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjati, L. dan O. Sabu. 2022. Pengaruh Persepsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, Vol. 1, No. 1, pp. 2530.
- Hidayat, S.E.R., Menhard, M., et al. (2024). *Manajemen Pemasaran*.
- Huang, M. H., R. T. Rust, and Y. Yu. 2022. The Service Revolution and Its Marketing Implications: Service Logic vs Service-Dominant Logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 46, No. 5, pp. 639-656
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., G. Armstrong, V. Wong, and J. Saunders. 2021. *Principles of Marketing*. Pearson Inc.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2020). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. New York City: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of marketing* (Edisi ke-18). Pearson.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Kumar, V., & Shah, D. (2022). Customer loyalty and product quality in the digital age. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 456–472. <https://doi.org/10.1177/00222437221108125>
- Riyanto & Hatmawan. (2020). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>

- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Santoso, A., & Pratiwi, R. (2020). The impact of price perception on customer loyalty in the retail sector. *International Journal of Business and Management Invention*, 9(4), 12–19.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sitinjak, T., Durianto, D., Sugiarto, & Yunarto, H. I. (2024). *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). New York: Pearson.
- Somantri, S. F. T. (2020). Analisis pengaruh citra merek, persepsi harga, dan persepsi kualitas terhadap loyalitas merek. 2(2), 170–179.
- Sudaryono. (2024). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono (2020) *Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian administrasi: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sulistyawati,W.,Wahyudi.,&Trimuryono,S.(2022).Analisis(DeskriptifKuantitatif) Motivasi Belajar Siswa Dengan Model Blended Learning Di Masa Pandemi Covid19. 68-73.

Syamsurizal. (2020). Pengaruh Presepsi Haega Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. Jurnal BRAND, 2(2), 177–183.

Tjiptono,F.2020 Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Andi Offset. Yogyakarta.

Tonce,Y., &Rangga, Y. D. P. (2022). MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: Tijauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk. Adad.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Ajay, P. (2020). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (Edisi ke-8). McGraw-Hill Education.

