

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyandi, & Syarfan, L. O. (2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 2(1), 54–65.
- Angelina, G., Massie, J. D. D., Gunawan, E., Gunawan, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., Angelina, G., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Era Pandemi (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 10(1), 208–219.
- Arianty, N. (2013). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari pada PT. Indosat Tbk. Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 13(1), 101–115.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asaloei, E. K. S. S. S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Balawera, A. (2018). Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 2117–2129.
- Batubara. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di Ud. Istana Alumunium Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 217–224.
- Cahyono, N. R. B. (2020). Gedangan-Sidoarjo, Keputusan Pembelian pada Inovasi

- Produk dan Peran Lokasi M2M Indonesia Fast Food cabang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume*, 8(2), 315–322.
- Cynthia V. Djodjobo., H. N. T. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2, 1214–1224.
- Dama, D. (2016). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* , 16(1), 503–514.
- Darmanto, E., Latifah, N., & Susanti, N. (2014). Penerapan Metode Ahp (Analythic Hierarchy Process) Untuk Menentukan Kualitas Gula Tumbu. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.24176/simet.v5i1.139>
- Daulay, R., dan Manaf, A. A. (2017). *Strategi & Workshop Kewirausahaan*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Gazali, S. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 1(3), 83–95.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handika.M.R dan G. S. Darma. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 1829–8486.
- Hariyadi, G. T. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI MINIMARKET (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 16–32.
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1475>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh advertising terhadap pembentukan brand awareness Serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kecap pedas ABC (Studi kasus pada konsumen pengguna kecap pedas ABC di Kota Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 53–73.
- Hermanto, H. (2018). Pengaruh Persaingan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Cv. Greentech Belilas Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 54–63.
<https://doi.org/10.34006/jmbi.v7i2.51>
- Khabibi, N. (2020). Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Santri. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(12), 1–15.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- londa, nicolas, B., Senduk, J., & Boham, A. (2014). 4512-8676-1-Sm. III(1).

- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer*. Salemba Empat.
- M. Fuad. (2015). Store Atmosphere Dan Perilaku Konsumen Di Toko Buku Gramedia Malang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 10(2), 90–110.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mardiana, A., & Kasim, N. A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 133–148.
- Maulana.A.S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294.
- Priansa, J. R. W. dan D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer* (P. Setia (ed.)).
- Rakhmatin, T. (2017). Pengaruh Komunikasi Persuasif Personal Sales Terhadap Keputusan Pembelian Produk Al-Quran Miracle The Reference E-PEN. *Jurnal*

- Common*, 1(1). <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.248>
- Rizky, M. (2011). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung. *Tesis*.
- RIZKY, N. M. F., & YASIN, H. (2018). ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v5i2.49>
- Salsiah, A. (2015). Kemampuan Menyusun Hipotesis Dalam Pembelajaran Ipa Melalui Metode Eksperimen Pada Peserta Didik Kelas V Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(2), 190. <https://doi.org/10.21009/jpd.062.01>
- Sari, N., & Syariah, F. (2012). Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Syariah*, XIV(2), 199–212.
- Serano, L., Strategi, A., Dalam, P., Serano, L., & Serano, L. (2022). *DAYA SAING MELALUI SOCIAL MEDIA MARKETING DI PERCETAKAN KILAT PROMOSI MEDAN Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini semakin lama semakin menonjol dikarenakan kompleksitas , persaingan , dan Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan.* 393–399.
- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian . *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 96–103. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.884>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-Irt Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Umkm Kerupuk Ikan. *Jurnal*

- Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(2), 125–133.
<https://doi.org/10.31002/rn.v3i2.1984>
- Suranto, A. . (2016). *Komunikasi Interpersonal*. Raja Grafindo Persada.
- Tambun, S., & Riris, S. B. (2019). Pengaruh Penurunan Tarif Pajak UMKM dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Yang Dimoderasi Oleh Efektifitas Pemungutan Pajak. *Jurnal Media Akuntansi Perpajakan*, 4(1), 1-10.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Triana, D., & Oktavianto, W. O. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Fondasi : Jurnal Teknik Sipil*, 2(2), 182–190.
<https://doi.org/10.36055/jft.v2i2.1732>
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, 01(01), 18.
- Wundi, E., & Kustiningsih, L. (2014). *VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI*. 2(2), 201–214.
- Yuliani, M., & Zakiah, K. (2021). Strategi Pemasaran Karya Seni Lukis Di Kampung Seni Budaya Jelekong. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(3), 75–87.
<https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.7694>
- Zeithaml, Valerie A., & Bitner, M. J. (2014). *Service Marketing*. Mc Graw Hill.

