

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rosandi, Jan Horas Veriyadi Purba. (2018). Analisis Pengaruh Harga Pokok Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Tingkat Pengembalian Modal Pada PT Mayora Indah Tbk Dan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan. Bogor.
- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Bisnis: Teori dan Aplikasi. Malang, AE Publishing.
- Alma H. Buchari, (2018), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Astuti & Amanda. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Baskin, C., dan J. Baskin. (2018). Ecology, Biogeography, and Evolution of Dormancy and Germination. Seeds 2nd Edition. San Diego: Academic Press. Pages 1600p.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS"Edisi Sembilan.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indahingwati, A. (2019). Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Irawan, H. (2021). Prinsip Keputusan Pembelian Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ishaq, H, (2017), Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi, Alfabeta, Bandung
- Kasali, Rhenald (2008). Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting Positioning. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta.
- Kotler, P. Dan K. L. Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lupiyoadi, R., (2018). Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Depok: Khalifah Mediatama
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. Alfabeta.
- Musnaini dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Nafi'ah, Siti Anisatun. (2018). *Model-Model Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sd/Mi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pertiwi, Dewi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Sleman: Deepublish.
- Ratih Hurriyati 2014. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2021). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Secapramana, L. V. H., & Kovara, S. (2018). *Quality of Work Life and Change Management*. International Conference on Management and Entrepreneurship, 1–13
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi
- Sakti, M, (2019) dalam Masruroh, M, (2020). *Gambaran Sikap dan Upaya Keluarga dalam Merawat*. Jurnal kesmas asclepius (JKA), (online), <http://doi.org.31539/jka.v21.1139>, di akses pada tanggal 14 februari 2021.
- Sekaran, U. & Roger, B. (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: PT Alfabeta
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

Bandung: PT Setia Purna Inves.

Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

Tjiptono, F. Dan Anastasia, D. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Untari, I., Noviyanti, R. D., & Sugihartiningih. (2019). Buku Pegangan Kader: Peduli Demensia pada Lansia. Surakarta: Jasmine.

Jurnal :

Anisa, K., Haidar, K., & Riyadi, R. (2023). Pengaruh promosi online dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Ms Glow Beauty Samarinda. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1).

Anwar, R. N., Handayani, E. N., Quintania, M., Nova, F., & Putra, F. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Bahan Bakar Minyak Pertamina di Wilayah Jakarta Timur. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(5).

Arianto, Nurmin, & Octavia, Briani Dewi Astri. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pada PT SL. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 262-274.

Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104.

Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Konsumen J. CO Donuts&Coffee Buaran Plaza di Wilayah Jakarta Timur). *Journal of Management Review*, 5(1), 621-631.

Chasanah, N., & Puspadarmaja, N. (2021). Pengaruh Strategi Public Relations terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 332-337.

Darmawan, S. A., & Abdurrahman, M. S. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Lion Air Di Kalangan Mahasiswa Bandung Raya (Studi Kuantitatif Deskriptif Kecelakaan Pesawat Lion Air JT-610). *eProceedings of Management*, 7(1).

Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.

Handayani, E. N. (2019). Pengaruh Brand Image Atas Keputusan Pembelian Pada Pengguna Smartphone Produk Samsung Di Wilayah Jakarta Timur. *KELOLA*, 6(2), 164-171.

Handayani, E. N., Quintania, M., Nova, F., Anwar, R. N., & Tiswoyo, H. A. D. (2024). Efektivitas Dari Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi

- (Studi Pada Konsumen Di Wilayah DKI Jakarta). *Excellent*, 11(1), 34-44.
- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2), 64-75.
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada merchant go food festival duta mall banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227-237.
- Junaedi, D., Redjeki, F., & Priadi, M. D. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian: Studi kasus pada Koperasi Mitra Dhuafa Cabang Mande-Cianjur. *Indonesian Journal of Economic and Business (IJEb)*, 1(2), 2023.
- Leliana, I., & Kussanti, D. P. (2018). Efektifitas Program Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Adira Dinamika Multifinance. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, Vol. 18 (2), 179-184
- Lestari, R., Pradani, T., & Digidowiseiso, K. (2022). *The Effects of Price Perceptions, Food Quality, and Menu Variations on Ordering Decisions and Their Impact on Customer Loyalty in Online Culinary Products. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1), 1518-1527.
- Mahmud, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 258-271.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) *Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 391-402.
- Nurafiah, S. (2023). Pengaruh iklan, public relations, direct dan online marketing terhadap keputusan pembelian properti di Depok. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 75-86.
- Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 1-15.
- Sahrir, A., Bua, H., & Sukotjo, E. (2019). JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Organisasi). *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi)*, 3(2), 135-147.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, S. F. S., & Mutiarsih, H. (2023). Pengaruh Store Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Yogya Grand Majalengka. *eProceedings of Management*, 10(4).
- Shofiudin, Z. R., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pembelian Teh

Pucuk Harum. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 624-633.

