

DAFTAR PUSTAKA

- A rafiq. (2020). Dampak sosial media terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(1), 1–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>
- Abid Muhtarom, M. I. S. L. Y. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggak Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least Square (PLS). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(4), 391–402. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2018>
- Abidin, S. (2023). Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Journal of Islamic Studies*, 1(1), 11–16. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v1i2.70>
- Acai Sudirman, E. D. A. F. H. (2024). *Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan*.
- Amarazka, V., Reni, &, & Dewi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 507–513. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). *Proses Pengambilan Keputusan konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung*. *jurnal Agrisepe* 23(1), 82-95 <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/smart.v1i2.1685>
- Antonius Prahendratno, A. D. S. R. (2023). *Buku Ajaran Pengantar Bisnis*. www.buku.sonpedia.com
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, D. L. (2021). Pengaruh harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Produk Graby Bites. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 5(6). 102-112 <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1822>
- Arinda Handayani, C., Nur Isfahani, R., & Widodo, E. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kriminalitas di Indonesia Tahun 2011-2016 dengan Regresi Data Panel*. *Journal of Applied Statistics* 2(1) 10-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.13057/ijas.v2i1.27932>
- Asti & Ayuningtyas. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bintang Nurdiansyah Putra. (2024). Analisis Implementasi Total Quality Management (TQM) dalam Meningkatkan Kualitas Produk pada Conneight Studio Kota Malang. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(3), 119–131. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i3.1960>

- Br Barus, N., Pangaribuan, M., Purnami, S., Bisnis, M., Niaga, A., & Medan, P. N. (2021). Pengaruh promosi Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiswa Di Kota medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 616–626. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.2003>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literatur Review Manajemen Pemasaran)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(3), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Market Place: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1). 90-102 <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Bengkulu Jenny Dwi Syallaysyah, P., Nasution, S., Irawan Abi, Y., & Dehasen Bengkulu, U. (2024). The Influence Of Brand Image And Product Quality On Consumer Purchasing Decisions At PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Bengkulu. In *Bisnis Digital* 3(2) 12-25. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jambd.v3i2.6603>
- Clara Silvina Barus. (2021). Pengaruh Promosi Media sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Dr. Sigit Hermawan, Dr. S. (2020). *Manajemen Strategi Dan Resiko*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shoppe. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-77. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Elita Tarihoran, J., Ika Mardiani, M., Dwi Putri, N., Sari Novareila, R., Sofia, A., & Farida Adi prawira, I. (2021). *Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start Up Di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah* 9(1) 12-25. <https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen* 7,(1) 32-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jimek.v3i1.2117>
- Fajri, C., Amelya, A., Ekonomi dan Bisnis, F., Kerja, D., Kerja, K., & Karyawan, K. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad Kata kunci. In *JIIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, (1) 40-52. <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/joupe.v4i2.4121>

- Firmansyah, M. A. (2018). *Prilaku Konsumen*.
<https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Giovenna, A., Tinggi Ilmu Ekonomi YAI Jl Salemba Raya No, S., & Pusat, J. (2022). *Pengaruh Sosial Media Marketing , Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan* 5(1) 30-45. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i1.841>
- Gusria Apriyanti, A., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pembelian Di Waroeng Pak Muh CiJantung. *Jurnal Ilmiah MEA*, 7(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3271>
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pelanggan Indihome. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 4(2) 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Hafidh Fauzi, D. (2021). *Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(6) 40-57. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Hastuti Permana, P., Purnamasari Sukirman, R., Mutiah, R., & Al-Amar Subang, S. (2023). Analisa Kualitas Produk Pada Perusahaan Manufaktur Dalam Perspektif Islam. In *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia*) 2(2) 35-53. <https://doi.org/https://doi.org/10.57171/jpsi.v2i2.27>
- Irfan Syahroni, M., STIT Al-Aziziyah, D., TGH Umar Abdul Aziz kapek Gunung Sari Lombok Barat, J. I., & pos, kode. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3) 102-116. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Jufrizen, F. P. H. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(2), 35–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2277>
- Julianto, E. T. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1 (4) 89-103. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i4.146>
- Kaban, R. H., Anzelina, D., Sinaga, R., & Silaban, P. J. (2020). Pengaruh Model Pembelajaran PAKEM terhadap Hasil Belajar Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 102–109. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.574>
- Kualitas Produk, P., Harga, P., Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Inspirasi Coffe Jatinegara Rika Nur Hikmah, D., Sapta Putra, S., Digdowniseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Service Quality On Consumer Satisfaction At Inspirasi Coffee Jatinegara. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(6) 69-81. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Laurensia Millenia Maharani Paat, S. M. R. (2022). Pengaruh Fasilitas, Word Of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Media Social Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *Jurnal EMBA*, 8(5), 1566–1577. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39704>
- Littlejohn, S. W. ., & Foss, K. A. . (2011). *Theories of human communication*. Waveland Press.
- Madiistriyatno, H. (2023). Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan : Eksplorasi Masa Depan. *Jurnal MENTARI*, 2(1), 31–42. <https://journal.pandawan.id/mentari/article/view/372>
- Makanoneng, R., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Pada Konsumen PT. Hasjrat Abadi (Studi Pada Pengguna Yamaha Mio Dikecamatan Tuminting). In 350 *Jurnal EMBA* 10(1) 1688 -1693. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37817>
- Meddy Nurpratama, A. Y. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pegawai KPU Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi* 8,(2). 36-46. <https://doi.org/https://doi.org/10.31943/investasi.v8i1.184>
- Melpiana, E., & Sudrajat, A. (2022). Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS Glow Beauty. In *Management & Accounting Expose* 10(10) 49-60 <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2) 1-14. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Ni Luh Putu Apriliani, N. P. N. A. P. K. R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal EMAS*, 3(3), 217–230. <https://doi.org/https://doi.org/10.29062/mahardika.v20i3.425>
- Nur Setiyadi, I., Rahman Alamsyah, A., & Kusdyah Rachmawati, I. (2022). Pengaruh Kualitas produk, social Media Marketing ,E-Wom Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen*, 8(4), 122–136. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Nurhana Dhea Praadha Gitama, G., Fariza, M., & Kartika, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal DIGIT. In Ika Kartika, Amroni) Universitas Catur Insan Cendekia Jl. Kesambi No 202*, 1(3) 89-104. <https://doi.org/https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.352>
- Panggabean, D. S. O., Buulolo, E., & Silalahi, N. (2020). Penerapan Data Mining Untuk Memprediksi Pemesanan Bibit Pohon Dengan Regresi Linear Berganda. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 7(1), 56-72. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v7i1.1947>

- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Permata sari, D., Candra, Y., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia, F. (2020). *Pengaruh Pengembangan Karir, Self Efficacy, Dan Motivasi kerja Karyawan*. 1(3) 30-45 . <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Prilaku Prilaku Konsumen Teori*.
- Rachmalia Nadia Rizqina, R., & Wikartika, I. (2024). Integrasi Sosial Media Dalam Strategi Digital Marketing Sebagai Wadah Promosi Bisnis Kudapan Nini. *Jurnal Sosial Dan Abdimas*, 3(1), 11–18. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsa>
- Rachman, F. F., & Pramana, S. (2020). Analisis Sentimen Pro dan Kontra Masyarakat Indonesia tentang Vaksin COVID-19 pada Media Sosial Twitter. In *Health Information Management Journal ISSN* 8 (2) 23-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.47007/inohim.v8i2.223>
- Radha Amalita. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Di Market place Facebook Pada Mahasiswa/I Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi UNSRAT*, 4, 593–604. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.43166>
- Rahman, A., Aditia, R., Wadud, M., & Kurniawan, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran Dan SDM*. 1(1) 99-115. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Ramayani Yusuf, H. H. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>
- Reza Nur Shadrina, Y. S. (2023). *Analisis pengaruh content marketing, influencer dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Trapan* 5 (3) 78-83. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Ristanto, H., Aditya, G., & Teknologi dan Bisnis Semarang, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sehati Foamindo Semarang). In *JBE Jurnal Bingkai Ekonomi JBE* 6 (1) 600-614. <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/musyari.v7i7.5130>
- Rutjuhan, A. I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Pamator Journal*, 13(1), 105–109. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015>

- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sari, A. P., Effendi, I., Lubis, A., & Syahputri, Y. (2024). Korelasi antara Kualitas Produk dan Promosi Sosial Media dengan Keputusan Pembelian Bolu Salak Kenanga Padang Sidempuan. *Jurnal Stimsukmamedan* 4, (2) 483-487. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v7i2.6994>
- Siti Gurnita. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Digital Marketing Terhadap proses Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening. 8(3) 1-14 <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43797>
- Sukmawati, N., Ekasasi, R., Ilmu, S. T., Ykpn, M., & -Indonesia, Y. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(3), 17–28. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35917/cb.v1i1.125>
- Ussolikhah, A., Sapta Putra, S., Digidowiseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Karimun Wagon R Di PT. Citra Asri Buana Cabang Nanggawer Bogor. *Jurnal Of Ekonomi, Business And Accounting*, 6(2), 2739–2748. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.8232>
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>
- Yesi Triyulirlita Amelia, K. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 95–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.296>
- Zulfa Rahmah, Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., Rahmah, M., & Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Anwar, S. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Umkm Di Desa Kintelan (Studi Kasus Umkm Di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Jurnal BUDIMAS*. 4(1) 1-12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>