

DAFTAR PUSTAKA

- Addini, A. Y., & Vitriya, R. (2024). PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE ICE CREAM & TEA (Studi Kasus di Jalan Usman Sadar Gresik). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 9(01), 24–33. <https://doi.org/10.59179/jek.v9i01.118>
- Anggraini, A. B., & Saino, S. (2021). Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1591-1599>
- Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- Darmawan, R., & Romadhona, P. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian di Kopi Nako Kota Wisata. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3159–3164. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.3848>
- Hair Jr et al. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook (p. 197). Springer Nature. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue July).
- Hegiarto, S. A., & Putri, R. A. (2024). csd dfd Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 8(1). <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/ekonomika>
- KementerianPUPR, Rakyat, K. P. U. dan P., Kementerian Kesehatan, Arquitectura, E. Y., Introducci, T. I., 赫晓霞, Iv, T., Teatinas, L. A. S., Conclusiones, T. V. I. I., Contemporáneo, P. D. E. U. S. O., Evaluaci, T. V, Ai, F., Jakubiec, J. A., Weeks, D. P. C. C. L. E. Y. N. to K. in 20, Mu, A., Inan, T., Sierra Garriga, C., Library, P. Y., Hom, H., ... Waldenström, L. (2023).
- Latifah, S. R., & Krisna Mutiara Wati. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Richeese Factory Majalengka. *Jurnal Inovasi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 302–311. <https://doi.org/10.65255/jibma.v2i3.95>

- Lesmana, I. R. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Online Shopee pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan* <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/24223%0Ahttps://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/24223/1/198320146> - Itje Rida Lesmana Fulltext.pdf
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i2.165>
- Mustofa, M. H. A., Hidayah, N., & Sholehudin, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Furniture (Studi Pada Usaha Dagang Mebel Arjuno Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2307–2314. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24828>
- Nathasya, H. (2024a). No TitleEAENH. In *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* (Vol. 5, Issue 1).
- Nathasya, H. (2024b). No TitleEAENH. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Campuran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, Bukti Fisik). *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
- Puspitorini, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian tempekita pada konsumen rumah tempe Indonesia Kota Bogor. *Uinjkt*, 97.
- Ridho Vriya Pratama, & Ravindra Safitra Hidayat. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 90–97. <https://doi.org/10.69714/jg73cc77>
- Rosselivia, V., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 3(2), 99–108. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.122>
- Sakinah, L. N., Nasution, M. I. P., & Harahap, M. I. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pra, Masa, dan Pasca Covid-19. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 301–318. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i2.11878>

- Salsabilla, F., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(3), 474–480. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.86>
- Sarwono, J. (2006). Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS. In *Yogyakarta: Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*.
- Sugiyono. (2020). *Sugiyono 2020.Pdf* (pp. xx, 444).
- Tanaya, A., & Br Sitepu, S. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motato. *Performa*, 7(1), 121–130. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i1.2012>
- Yunia Rahmawati, A., Hartono, & Hidayat, M. S. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE, dan PEOPLE) TERHADAP KEPUASAN PASIEN. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 149–158. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i3.50>