

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, A. (2021). *Pasar Konsumen Dan Perilaku Pembelian*.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori perilaku konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Dikdik Harjadi, S. E., & Dewi Fatmasari, S. E. (2025). *Determinasi Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Kepercayaan Merek, Kualitas Informasi Dan Keragaman Produk*. PT Arr Rad Pratama.
- Ekowati, S., Fintariasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13.
- Moonik, N., & Pomantow, W. G. (2023). Pentingnya promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha Acha Olshop. *Manajemen Administrasi Bisnis Dan Pemasaran*, 5(2 AGUSTUS), 77–91.
- Muhammad, Z. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Di Refill Parfume Bdl)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2024). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 11(2), 111–

122.

Novrianto, N., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 396–408.

Parawita, F., Salas, H. J., & Marini, M. (2025). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran (Café Maknyus) Dalam Meningkatkan Branding. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 12(1), 341–352.

Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.

Putri, R. A. A., & Ramadhan, A. T. (2025). Analisis Bauran Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Toko Kue Enggal Jaya Group. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(4), 58–75.

Rahayu, S. (2024). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 3(1), 109–113.

Saputri, A. P. (2024). *STRATEGI PROMOSI BOUQUET BUNGA TOKO FLORIZ KOTA SEMARANG*. Universitas Ivet.

Saputro, W. W. (2024). *Kepuasan Pelanggan: Berdasarkan Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan

- promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Crema Koffie*. Riau University.
- Susiati, S., Suwarsono, R., Wargo, W., Munib, A., & Kurniawan, K. (2024). Digitalisasi ekonomi dan perubahan pola konsumsi Gen Z di kalangan mahasiswa. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10(2), 50–59.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan uji multikolinieritas dalam penelitian manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis proses pengambilan keputusan konsumen e-commerce Shopee di lingkungan RT08/RW10 Srimur Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 6.

