

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (22 C.E.). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreas.
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.18521>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Fakhrudin, A. dk. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Fauzi, R.U.A., & Permata, Z. I. . (2023). *Analisis Keputusan Pembelian*. ruang karya.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hidayatullah, S., Alvianna, S., Estikowati, Rachmawati, I. K., Waris, A., Aristanto, E., & Patalo, R. G. (2019). *Metodologi Penelitian Pariwisata* (Widi (ed.); 1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Idrus, salim al. (2019). *kualitas pelayanan dan keputusan pembelian konsep dan teori*. media nusa creativ.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Meiria, E. (2021). *Bauran Pemasaran Islam Berbasis Nilai Pelanggan*. .PT RajaGrafindo Persada.
- Mochamad Deden Sukmana, M., Hannan, S., & Horas V Purba, J. (2020). Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Pt Bank Mandiri Jakarta Kota. *Economicus*, 13(1), 69–79. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.166>
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). PERAN WORD OF MOUTH MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUME. *E-Jurnal Manajemen*, 11(2302–

- 8912), 445. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i03.p0>
- Priyatno, D. (2016). *BELAJAR ALAT ANALISIS DATA DAN CARA PENGOLAHANNYA DENGAN SPSS*. Gava Media.
- Putri, Y. . (2023). *Keputusan Pembelian[:Tinjauan Melalui Bauran Promosi]*. Cv adanu Abimata.
- Racmad et, A. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- 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>
- Saputra, R. (2020). *pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada distro label store pekan baru*. universitas islam riau.
- Sari, M. (2021). *Pengaruh Branding Dan Packaging Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Pemasaran Kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur*. Universitas Baturaja.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. NJ: Wiley.
- Setiabudi, H. H. (2023). *PENGARUH WORD OF MOUTH, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL DI KOTA SEMARANG (Studi Pada Pengguna Produk Kosmetik Halal Seperti Wardah di Kota Semarang*. UNIVERSITAS SEMARANG.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Pemasaran*. Pustaka Baru Press.
- Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>
- Wells, P. K. dan R. (2018). *Quality Management for Organizations*. Worth

Publishers.