

DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Y. *Jurnal Capital*, 3(1).
- Audina, A., Mustakim, & Kambolong, M. (2020). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA TOKO GROSIR SEPATU 65 KENDARI). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Diantari, N. K. S., Suartina, I. W., & Oktarini, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online (Studi Pada Pelanggan Go-Jek Di Denpasar Barat). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 1(4), 1321.
- Faroji, R., & Rifuddin, B. (2021). PENGARUH DISPLAY PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. BINA AGRAMULYA DI CIMONE. *TADBIR Peradaban*, 1(1).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*.

- Hikmareta, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi kasus pada followers aktif akun Instagram Alpucard Online Printing)*.
- Husain, N., Rita Karundeng, D., & Afan Suyanto, M. (2022). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat ... Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10, 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.332>
- Iswati, H., & Lestari, N. I. (2021). PENGARUH DISPLAY, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK PADA TOKO ONLINETERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN. *Manajemen*, 11(1).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen Global Edition (Vol. 15E)* (Vol. 15E).
- Megayani, Bowo Pranogyo, A., Chandra, R., Hendro, J., Hidayati, N., & Fakhri Pratama, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Hoops Indonesia di Cabang Grand Indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 05(01).

- Nugroho, A. S., & Mawardi. (2021). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Tanggungjawab dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 808–817. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i2.825>
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., Yati, F., Lusiani, Riaddin, D., & Setiawan, J. (2021). *Pengantar Statistika 1* (S. Haryanti, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Peter, P., & Olson, J. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). USA : Mc. Graw Hill.
- Setianingtyas, A., & Nurlaili, E. I. (2020). Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8th ed.). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sikteubun, M. R., Dirgantara, I. made B., & Nurdianasari, R. (2022). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED PRICE, DAN PERCEIVED VALUETERHADAP PURCHASE INTENTIONSPADA PRODUK PRIVATE LABEL. *Diponegoro Journal of Management*, 11.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.

- Supriadi, I. (2022). Riset Akuntansi Keperilakuan: Penggunaannya SmartPLS dan SPSS Include Macro Andrew F. Macro. CV Jakad Media Publishing.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1).
<http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Tarigan, W. J., Girsang, R. M., & Sinaga, M. H. (2022). Bauran Produk dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Salon Tanta di Pematangsiantar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ubaidi, I. A., & Lumbanbatu, R. (2020). PENGARUH PRODUCT INVOLVEMENT DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HONDA MOBILIO. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*.
- Waluyo, M. (2011). *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling (Untuk Aplikasi Model Dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial dan Manajemen)*. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modelling (Edisi Revisi)* (N. A. Rahma, Ed.). Malang: Literasi Nusantara.

Widoyoko, E. P. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING, QUALITY PRODUCT DAN BRAND IMAGETERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI HOLLAND BAKERY BATUBULAN. *Jurnal Emas*, 2.