

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Masruroh, Dwi Wahyono, Muhaimin, Husnah Katjina, and Loso Judijanto, "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *JEMSI (Jurnal Ekon. Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 9, no. 6, pp. 2464–2471, 2023, doi: 10.35870/jemsi.v9i6.1728.
- [2] S. P. Collins *et al.*, "No Title No Title No Title No Title," 2021.
- [3] M. A. Saputra and A. M. Ridho, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pengguna Shopee (Studi Kasus Pelanggan Shopee Di Kelurahan Kemas Rindo Kecamatan Kertapati Kota Palembang)," vol. 9, no. 1, pp. 12–22, 2024.
- [4] K. SaThierbach *et al.*, *Proc. Natl. Acad. Sci.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2015, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827><https://www.semanticscholar.org/paper/semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt/10.1016/j.str.2013.02.005/10.1016/j.str.2013.02.005>
- [5] N. Rahmadhani *et al.*, "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nronlineshop_ Di Platform Shopee," *J. Penelit. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 3, pp. 127–137, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i3.3942>

- [6] verna trisnawati julia, “Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020,” *Skripsi*, p. 13, 2024.
- [7] F. Leong, “Journal of Career Development,” *Encycl. Couns.*, vol. 2, no. 2, pp. 28–38, 2014, doi: 10.4135/9781412963978.n545.
- [8] D. F. Al Husori and Maulidyah Indira Hasmarini, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ub. Karya Barokah,” *Determ. J. Penelit. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 1, pp. 127–136, 2025, doi: 10.23917/determinasi.v3i1.413.
- [9] A. Abstrak, M. Kinerja, B. Budaya, and K. Pengembangan, “Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,” vol. 2, no. 2, pp. 234–243, 2024.
- [10] E. Rahim and R. Mohamad, “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah,” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekon. Syariah)*, vol. 2, no. 1, pp. 15–26, 2021, doi: 10.54045/mutawazin.v2i1.234.
- [11] M. I. Pertiwi, E. Yulianto, and Sunarti, “(Survei pada Konsumen Baker ’ s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 37, no. 1, pp. 179–186, 2016.
- [12] J. I. IPWI Jakarta, “JUMPA Vol.4 No.2, Juni 2017 ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA PADA UNSUR-UNSUR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH PERGURUAN TINGGI IPWIJA PROGRAM S2 (PASCA SARJANA),” *J. Manaj. dan Perbank.*, vol. 4, no. 2, pp. 1–20, 2017, doi: 10.55963/jumpa.v4i2.208.

- [13] Mamonto, Tumbuan, and Rogi, “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 9, no. 2, pp. 110–121, 2021.
- [14] F. Iriani and R. Indriyani, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar,” *Kemamp. Koneksi Mat. (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [15] dkk Xian, Gou Li, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,” *J. Manaj. dan Keuang. Unsam*, vol. 6, no. 1, pp. 660–669, 2011.
- [16] M. Pamikatsih, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN TELUR AYAM (Studi Kasus Pada Usaha Dagang KR FARM Cilacap),” *J. Manaj. dan Ekon.*, vol. 2, no. 2, pp. 173–188, 2019.
- [17] D. Marlius and N. Jovanka, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji,” *J. Econ.*, vol. 2, no. 2, pp. 476–490, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i2.326.
- [18] V. Kojongian, J. Lapian, and B. Lumanauw, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cool Supermarket Tomohon,” *J. EMBA*, vol. 9, no. 4, pp. 811–820, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36618>
- [19] “artikel-4-46-54-analisis-strategi-penetapan-harga-dan-pengaruhnya-

terhadap-volume-penjualan-pada-pt.-nutricia-indonsesia-sejahtera-medan.pdf.”

- [20] P. L. Usaha, L. Usaha, D. A. N. Tingkat, K. D. Dianasari, I. N. P. Yasa, and J. Ekonomi, “Revitalisasi Di Pasar Seni Sukawati,” no. 3, pp. 431–442, 2023.
- [21] N. R. T. SUCIPTO, “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4P dan Brand Image Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Baso Aci dan Seblak (Studi pada Kedai Ikilo Seblak Tulungagung),” pp. 1–33, 2021.
- [22] M. Musakkir, “Strategi Marketing MIX Terhadap Peningkatan Volume Penjualan PT. Hadji Kalla Di Ajatappareng,” 2024, [Online]. Available: <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/8846/>
- [23] J. Andika Kurniawan and M. N. Tony, “Pengaruh Kompensasi Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya pada Divisi Distribusi Kantor Pusat di Cirebon,” *J. Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 3, pp. 723–729, 2020.
- [24] D. Lestari, “Pengaruh Efisiensi Biaya Bahan Baku Dan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Gross Profit Margin Di Pt. Bintang Kupu-Kupu Tahun 2014- 2018,” *Skripsi Fak. BISNIS Univ. BUDDHI DHARMA TANGERANG*, pp. 1–93, 2020.
- [25] M. S. Taufik, R. E. Putri, E. Kastrena, and A. Rahadian, “Survei Minat Komunitas Lari OerangTjianzoeRun dalam Melakukan Aktivitas Fisik di

- Rumah Pada Pandemi COVID-19,” *J. MensSana*, vol. 5, no. 2, pp. 115–122, 2020, doi: 10.24036/menssana.050220.03.
- [26] J. A. Andaki, “Persepsi Masyarakat Pesisir Dalam Menjaga Kelestarian Hutan Mangrove Di Desa Jayakarsa Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara,” *J. Akulturasi*, vol. 10, no. 2, pp. 277–285, 2022.
- [27] H. N. Mahfudi, “Hubungan Peran Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas V SDN Legokulon 2,” *Educ. Learn. Elem. Sch.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [28] Putri Adinda Sari, Ila Navilah, and Abdul Nasir, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli Kosmetik Emina,” *AB-JOIEC Al-Bahjah J. Islam. Econ.*, vol. 2, no. 01, pp. 24–32, 2024, doi: 10.61553/abjoiec.v2i01.160.