

DAFTAR PUSTAKA

- Adiati, M. P., & Yenti. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Untuk Menginap di Hotel (Studi Kasus: Staycation). *Jurnal FAME*, 7(1), 47–53. <http://journal.ubm.ac.id/journal-fame/>
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Bisnis*, 3(1), 313–323. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/>
- Agung. (2020). The Effect of Service Quality , Service Marketing Mix and Costumer Value on Consumer Satisfaction and its Impact on the Loyalty of the Consumer Industry of the Low-Cost Carrier Flight in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5 (3), 1135–1147.
- Anna Wulandari & Heru Mulyanto. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (M. P. Dr. Fitri Rezeki, S.Pd. (ed.); Vol. 2). www.publisher.alungcipta.com.
- Astiti, P. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pada mahasiswa di fakultas ekonomi. *Prospek*, 4(2), 150–156.
- Best Roger J, Coney Kenneth A, H. D. I. (2001). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy, McGraw-Hill Higher Education*.
- Elliyana, E., Surianti, Rostini, Gazali, Irma, Verawaty, Erwin, Elia, Neti, Yuliani, Maria, Ambo, Ifa, Febrisi, Boy, & Agussalim. (2022). *Perilaku Konsumen*. Ahlimedia Press.
- Hidayat, M. S., & Setyariningsih, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Siswa Dalam Pengambilan Keputusan Sekolah Di SMK

- Nasional Mojosari. *Bisman (Bisnis Manajemen)*, 3 No.1(1), 86–101.
- Ihsan, H., Wahyuni, M. S., & Aleytha Ilahnugrah Kurnadipare. (2023). *View of Penerapan Analisis Faktor Eksplanatori pada Pengambilan Keputusan Mahasiswa Membeli Produk Online di Kota Makassar.pdf* (pp. 169–176). Journal of Mathematics, Computations, and Statistics. <http://www.ojs.unm.ac.id/jmathcos>
- Kontan. (2024). *Pasar frozen food tembus Rp200 triliun*. <https://industri.kontan.co.id>
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Lamb, W, C., Hair, F, J., & Carl, M. (2001). *Pemasaran buku 2*. Salemba Empat.
- Muhamad Irvan Noor Maulana. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Prosuk , Promosi Artfresh. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Start-Up Bisnis*, 5(6).
- Philip Kotler. (2003). *Manajemen Pemasaran*.
- Purnomo, E., Aini, Y., & Makmur. (2016). *Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*. 5–28.
- Rahma, S. N., Saty, F. M., & Fitri, A. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minyak Goreng Kemasan di Kota Bandar Lampung Analysis Of Factors Influencing Consumer Decisions In Purchasing Packaged Cooking Oil In The City of Bandar Lampung*. 8(2), 157–165.
- Reni, L.,sss Purba, S., Siadari, M., & Rizki, A. (2025). *Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus : Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kecamatan Dolok Merawan)*. 7(2).

- Risnawati, H., & Mulyadi. (2025). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kuliner di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 8(2), 25–32. <https://doi.org/10.26858/jekpend>.
- Rochmah, S., Gian, F., Nur, A., & Nur, K. (2023). *Pengaruh Harga Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli Frozen Food Kecamatan Ketanggungan (Studi Kasus Oemah Adem Ketanggungan.pdf* (p. 46). JECMER : Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research.
- Saleh, Y., Ghazali, M. K. A., Mahat, H., Hashim, M., Nayan, N., & Suhendro, S. (2022). Validasi Instrumen Indeks Kota Berkelanjutan dengan Analisis Faktor. *Jurnal Wilayah Lingkungan*, 10(3), 246–266. <https://doi.org/10.14710/jwl.10.3.246-266>
- Sarjono, B. (2013). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang* (Vol. 9, Issue 3, pp. 228–235).
- Sarwono Jonathan, & Hendra. (2017). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Gava Media.
- Schiffman, Leon, Kanuk, & Lazar, L. (2000). *Perilaku Konsumen. Edisi ke Tujuh*. PT. Indeks.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*.
- Sumarsid, & Paryanti. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)*.
- Swata, & Irawan. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran (Edisi Kedua)*. Andi.
- Syafa'at, A., Amron, Wismantoro, Y., & Aries setiawan. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi) Terhadap Loyalitas Konsumen

Pada Kedai Kopi Matada Di Brebes. *Jurnal Maneksi*, 13.

Syam, Baharuddin, & Damayanti. (2024). Pengaruh Produk, Harga, Tempat Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Media One Group. *Movere Journal*, 6(1), 1–14. [https://doi.org/Media One Group](https://doi.org/Media_One_Group). *Movere Journal*, 6(1), <https://doi.org/10.53654/mv.v6i1.427>

Usman, H. N. S. (2013). *Aplikasi Teknik Muktivariat untuk Riset Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.