

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Kepanjen: AE Publishing.
- Alin, S., & Kurniawan, P. (2023). *Terapi Musik Klasik pada Pasien Skizofrenia dengan Resiko Perilaku Kekerasan di Rs Jiwa Lampung*. *Malahayati Nursing Journal*, 5(1).
- Amelia, R., & Rakhmat, C. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Survei pada Konsumen Tjiawi Café And Eatery, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya*. *Jurnal Ilmiah Multidisplin*.
- Andrian, & Putra, C. I. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk.Padangsidiimpulan: PT Inovasi Pratama Internasional*.
- Arianto, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Reseller Pt Ddi*. *Jurnal Arastirma* 3(2) .
- Budiyanto, R., & Satriawan, N. E. (2021). *Identifikasi Dan Uji Resistensi Staphylococcus Aureus Terhadap*. *Jurnal Kimia Riset*, Volume 6 No. 2.
- Dewi, P. S., & Suprapti, N. W. (2018). *Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo)*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* Val 12.
- Djan, I. (2023). *Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Marketplace*. *Jurnal Ekonomi Efektif*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 63.
- Dwiwijaya, K. A., & at all. (2024). *PENGANTAR MANAJEMEN*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fakhrudin, A., & Roellyanti, M. V. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Ferine, K. F. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion di Situs Online Shop*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Habsy, B. A., & Armania, S. (2024). *Memahami Konsep Dasar Organisasi dan Manajemen*. JSC - Journal of Comprehensive Science.
- Hafni, S. S. (2021). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hamid, R. (2023). *Ilmu Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan berbagai Teori*.
- Kader, Mukhtar Abdul dan Setianingsih, Wiwin. 2018. *Penerapan Digital marketing Melalui Fans Page Untuk Mentarget Pasar Sasaran Pada Usaha Mikro Di Desa Cicapar*. Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen, Vol 05, No. 01. ISSN:2620-6188. Link: <https://jurnal.unigal.ac.id/ekonologi/article/view/1355>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Liedfray, T., & Waani, F. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom*. Jurnal Ilmiah Society Vol 2(1).
- Mal, L. H., & Mertayasa, I. G. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali*. Economics, Bussines.
- Muflihah, K. S., & Khalid, J. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap*. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Vol.3 No.4.
- Musnaini. (2021). *Impact of Variety Seeking, and Elektronik Word of Mouth of Cosmetic Brand Switching (Studi Pada Industri Kosmetik di Indonesia)*. Jurnal Ekonomi, 7.
- Nurhaliza, & Rakhmawati, S. (2022). *Determinan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee*. Jurnal Ilmiah Multidisiplin 1(3).
- Pramudana, K. A. (2018). *Pengaruh Berbagai Persepsi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Konteks Pemesanan Ulang Online Hotel Di Bali*. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana .
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*. SEIKO : Journal of Management & Business 5(1), 244-256.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.

- Rachmawati, D. I., & Jaenudin. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Pelayanan Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan*. Smart Management Journal.
- Sahir, S. H., & et al. (2020). *eterampilan Manajerial Efektif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Santika, W. G., & Pramudana, K. A. (2018). *Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali*. Jurnal Inobis.
- Saragih, F. (2023). *Analisis Determinan Paktik Manajemen Laba Pada Bank Umum Syariah di* . Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Vol 23(1) .
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siagian , M., & Sunargo. (2022). *Pengantar Manajemen: Konsep Dasar, Sarana dan Fungsi Perencanaan, Organisasi, Permotivasi, Konflik, Pengendalian, Pengambilan Keputusan*.
- Siregar, E. (2021). *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Bandung: Widina Bakhti Persada.
- Sudaryana, B. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surjono, W., & Suryana, P. (2023). *Strategi Untuk Meraih Keputusan dan Loyalitas Pelanggan*. Lekkas.
- Syahputri, A. Z., & Fallenia, F. D. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran Vol 2(1).
- Tjiptono, F. (2018). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 3.
- Utami, A. R., & Anggrainie, N. (2022). *Pengaruh Lingkungan Fisik, Persepsi Nilai, Motivasi, Variasi Produk, Harga dan Sikap Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Kopi Kenangan di Kota Tangerang*. YUME: Journal of Management.
- Wijayanti, N., & Wicaksana, F. (2023). *Implementasi Fungsi Manajemen George R Terry Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan*. Jurnal Cerdik Vol.3 No1.
- Zahara, R., & Sembiring, N. (2020). *Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets*. Dinasti International Journal of Digital Business Management 1(2), 224-231.