

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariella, R. I. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Bobbit, Z. (2022). *A Simple Guide to Understanding the F-Test of Overall Significance in Regression*. Statology.
- Bondan Subagyo, Sawal Sartono, dan Keny Deva Lagasa. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Jamu Dalam Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional Mbah Gedong Di Rejotangan Tulungagung. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*.
- Chalil, R. D. (2021). *Bran, Islamic Branding, & Re-Branding*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Chen, J., and Chen, M. (2021). The Influence of Price Sensitivity on Consumer Decision-Making in Online Markets. *Journal of Consumer Research*, 48(4), 617-634.
- Clara, P. S. ,dk. (2024). Pengembangan Strategi Digital Marketing PadaProduk Jamu Di Kampung Dalem Untuk MembangunKesadaran Produk. *Proceedings of The National Conference on Community Engagementtz*.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., dan Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*.
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, et al. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Frost, J. (2022). *How to Interpret the F-test of Overall Significance in Regression*

Analysis. Statistics By Jim.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, B., & Mukhlisoh, S. N. (2022). Pengaruh Budaya , Sosial , dan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Jamu Tradisional. *Ecodemica*.
- Indrasari, M. (2019a). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Indrasari, M. (2019b). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., *et al.* (2021). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Isnawati, D. L., & Sumarno. (2021). *Minuman Jamu Tradisional Sebagai Kearifan Lokal Masyarakat Di Kerajaan Majapahit Pada Abad Ke-14 Masehi*. 11(2), 305–305.
- Julian Andriani Putri, Enik Rahayu, dan Wenefrida Ardhian Ayu Hardiani. (2022). Pengaruh Packaging, Promosi Melalui Media Sosial Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Niten Jamu Semarang). *Jurnal Visi Manajemen*.
- Keller, dan Kottler. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (6th ed.). Andi.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniasari, R., Indratno, D. L., dan Wahyuatmiko, R. S. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Jamu Sabdo Palon Di Sukoharjo*.
- Mardani, A. D., Yani, A., dan Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Stiepertiba*.
- Mareta, O. :, Salatoen, R., Widowati, I., Santosa, *et al* (2020). Analisis Pengaruh bausaran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Volume Penjualan Jamu Herbal (Studi Kasus Pada PT. Perusahaan Jamu Tradisional Dr.Sardjito). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*.
- Musfar, T. F. (2020). Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam manajemen pemasaran. In *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

- Nasib, Amelia, R., dan Lestari, I. (2019). *Dasar Pemasaran*. Yogyakarta, Deepublish.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., dan Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*.
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Popularitas, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kamera Sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*.
- Philip Kotler, G. A. (2016). Principles of Marketing. In *Pearson Education Limited*.
- Ratnasari, S. A., & Yulianti, W. (2023). An Analysis of Marketing Mix At Nafira Batik Sumedang. *JOBM-Journal Of Bussines Management Basic*.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2022). *Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Bagi Pengguna Tokopedia Pada Mahasiswa/I UINSU*.
- Slamet, R., & Aglis, A. H. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarlin, B. R., dan Arifa, N. S. Al. (2023). Karakteristik Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Gendong Di Desa Kiringan, Jetis, Bantul, Yogyakarta. *Ilmu-Ilmu Pertanian*.
- Sutiyono, R., and Hadibrata, B. (2020). *The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of Pt. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing*.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*.
- Trisusilo, A. (2024). *Profil Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu Profile of the Consumer of Traditional Jamu in Bengkulu City*.

- Wang, S., and Yang, Y. (2020). Consumer Perceptions of Traditional Herbal Products: The Role of Product Characteristics and Trust. *International Journal of Herbal Medicine*, 8(2), 44-52.
- Wijaya, A. P., dan Annisa, I. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24-35.