

DAFTAR PUSTAKA

- Aliffa, S. P., & Wardani, S. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada J . Co Donuts & Coffee Ramayana Mall Kota Serang*. 2(1), 189–199.
- Anitasari, H., Noor, F., Ritel, S. M., Ekonomi, F., Bojonegoro, U., Pembangunan, S. E., & Ekonomi, F. (2023). *Analisis Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Fashion Kekinian di Toko Fandim Jaya Collection*. 7, 9431–9435.
- Apriani, W. (2023). *Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang*. 1(2).
- Azzahra, A., Zahra, M. M., & Hidayat, S. (2024). Analisa Persaingan Bisnis Antara Merek Mie Sedap Dan Mie Indomie. *Jurnal Mahasiswa*, 6(No. 1), 108–121. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i1.824>
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). No Title. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Dhanabalan, T., Subha, K., Shanthi, R., & Sathish, A. (2018). Factors influencing consumers’ car purchasing decision in indian automobile industry. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10), 53–63.
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Effiyaldi. (2022). *PENERAPAN UJI MULTIKOLINIERITAS DALAM PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. 1, 94–102.
- Hadya Rizka, Sutardjo Agus, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*, 3(1), 13–24.
- Hal, F., Saadillah, D., Nadhirah, A., Nizar, A., Kurniawati, D., & Ardhi, F. E. (2025). *Aksiologiya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM di Perumahan Tegal Besar Permai II*

Kabupaten Jember Utilization of Digital Marketing in MSMEs in the Tegal Besar Permai II Housing Complex , Jember Regency Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat pesat dapat mempengaruhi berbagai hidup mereka dapat terus terpenuhi (Pratama memanfaatkan kemajuan teknologi informasi saat ini dikenal dengan istilah digital marketing . Digital. 9(1).

- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., & Febriani, R. M. (2025). *Landasan Teori , Penelitian Relevan , Kerangka Berpikir Dan. 3(April), 391–404.*
- Isnaini, M., Afgani, M. W., Haqqi, A., & Azhari, I. (2025). *Teknik Analisis Data Uji Normalitas. 4(2), 1377–1384.*
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian, 21(1), 1–8.*
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., Riono, S. B., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research, 1(4), 1–14.*
- Kotler & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Global Edition.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Global Edition
- Kristanto, D., Ipmawan, H., Kuncoro, A. W., & Naryoto, P. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Penjualan dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta). 1(2).*
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS. 12(1), 70–83.*
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Maksum, M., & Satrio, R. B. (2019). Pengaruh harga, produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Restoran Wingstop. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 7(12), 1–22.*
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/813#>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7(4),*

3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>

- Nilakandy, N. A., Dhamayanthi, W., Puspitorini, R., (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Warung Ikan Bakar Kabupaten Situbondo*. *I(1)*, 18–22. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.4>
- Nurdianty, S., Latifah, N., & Hidayat, S. (2024). Analisis Persaingan Produk Indomie & Mie Sedaap. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi | JIMBE*, *1*(No. 4), 361–368.
- Pelanggaran, D., Klasik, A., Estimasi, T., & Ekonometrika, M. (2023). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*. *2*(1), 150–157.
- Pelayanan, P. K., Harga, P., Promosi, D. A. N., Keputusan, T., Konsumen, P., Toko, D. I., & Bogor, P. (2024).. *I(2)*.
- Ramadiana, E., & Paludi, S. (2022). *Meningkatkan Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek di H & M Kelapa Gading*. *17*(1), 1–13.
- Regresi, A., & Berganda, L. (2021). *No Title*. *5*, 202–208.
- Rina Budiarti, & Tika Nirmala Sari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, *2*(1), 01–14. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.572>
- Roscoe. (1982). *Research Method For Business*.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, *7*(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Shalihah, N. B., Imtihani MK, O., Wulandari, T., Hidayat, R., & Prayoga, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Indomie. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 85–93. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v3i2.735>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sumilat, S. M. D., Lopian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk,

- Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>
- Tanaya, A., & Br Sitepu, S. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motato. *Performa*, 7(1), 121–130. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i1.2012>
- Taufiq, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo*.
- Tiono, C. D., Sugiyarto, A. S., & Savitringrum, E. A. (2019). Studi Analisis Nilai Tambah dengan Bisnis Model Canvas Pada Konsumen Perusahaan Mie Instan : PT Indofood (Indomie) dan PT Wings Food (Mie Sedaap). *Academia.Edu*.
https://www.academia.edu/download/97103021/Artikel_Indomie_dan_Mie_Sedaap_Kelompok_3_PKPE.pdf
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa* (3rd ed.).
- Wardani, D., Veronica, M., & Wulandari, T. (2024). *Grafik Penjualan Tahun 2019-2022*. 7, 6437–6447.
- Wulandari, N. A., Abrianto, T. H., & Santoso, E. (2019). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2017. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 26. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i2.283>
- Yuniar, E. (2025). *ANALISIS PENGARUH LOYALTY , PERSEPSI HARGA DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN sebagai gambaran budaya , selain karena sebagai fungsinya bertukar informasi*. 17.
- Zenada, D. M., Adiyono, B. B., & Setiawan, A. (2024). *Analisis Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce*. 1(2).