

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

B.,Ayu, A.,Putri.,K.,Susyanti, J., & Fitria Mustapita, A.(n.d).2020. Analisis Jenis Media Promosi Dan Keragaman Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Via Online (Studi Kasus Pada Kaum Milnial Di Kota Malang).*e-jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Analisis*

<https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4364>

Dewa, C. B., & Safitri, L. A. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/10132>

Gandi, V. P., & Lestari, R. B. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mammee Bakery Outlet M.Isa. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 92–98.

<https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm>

Hidayat, M.H . (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen *Coffe Shop* di Kota Gresik. 6.*PEFORMA:Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*

<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/issue/view/115>

Ismiatun, D., Budiarmo, A., & Prihatini, A. E. 2022. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764–773.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Jalilah, D. B., & Soemarijadi, S. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hisana Fried Chicken Cabang Kemandoran. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 1–16.

<https://www.ejournal.stiebi.ac.id/index.php/jma/article/view/213>

Ludwick, C. M., & Hess, B. T. 2019. Kentucky Fried Chicken. *Famous Kentucky Flavors*, 1(4), 31–39.

<https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/22635>

Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono, 2020. Pengaruh Keragaman Produk, kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 2(4), 236-241

[https:// Jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/294](https://Jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/294)

Maulana, I., Tinggi, S., Ekonomi, I., Aprianti, K., Tinggi, S., & Ekonomi, I. 2021. *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 21(3), 249–255.

<https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/index>

Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. 2022. Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69-77.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/abdimas/article/view/10522/0>

Nurlatifah, F., & Saraswati, T. G. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian di Java Seven. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 525-535.

<https://journal.stiemkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1712/0>

Pratama, I. W.E., Wulandari, N.L.A. A., & Sunny, M. P. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dupa Tridatu Pasupati Kaori di Gianyar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 653-663.

<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamirta/article/view/1359>

Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno, 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 497-503.

<http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/10809/5271>

Ramadan, A. 2021. Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk "Rendang Uninam." *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 5(1), 64-84.

<http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/796>

Rozi, I, A., & Khuzaini, 2021. Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10,1-20

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4017>

Suhardi, Y., Syachroni, A., & Darmawan, A. 2020. Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17-30.

<https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JEMI/article/view/340>

Tunnufus, Zakiyya, Wulandari, A. 2019. Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Lebak. *The Asia Pasific; Journal of Management Studies*, 6(1),29-40.

<https://ejournal.latansamashiro.ac.id/index.php/APJMS/article/view/326>

BUKU

Firmansyah,A. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Qiara Media Nusantara

_____ . 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media Nusantara

Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. (10Th ed).Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler,P., & Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing* (Edisi 12). New Jersey: Prentice Hall

Kotler,P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15Th ed.). Global Edition. Pearson Education

Kotler,Philip, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Prenhallindo

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Bandung: ALFABETA

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2019. *Service, Quality and Customer Satisfaction* (5Thed.). Yogyakarta : ANDI

SKRIPSI

Mahendra, A. B. 2022. *Inovasi Produk, Desain Produk, Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Minuman Kopi Gondrong Drink Coffe Shop*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang Kepulauan Riau.

Nababan, S . W. 2022. *Pengaruh Jenis Media Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Via Online (Studi Pada Mahasiswa Prodi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Khatolik Santo Thomas)*. Skripsi Program Studi Mananjemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Sumatera Utara.