

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. I. (2021). *Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management)*. Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Albushairi, A. S., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Ananda, I. (2022). *Strategi Transformasi Digital Untuk Menciptakan Bentuk Baru Proposisi Nilai dan Interaksi Pelanggan Pada Desa Wisata Pulesari di Yogyakarta*.
- Andrian, Putra, W. I. C., Jumawan, & Nursal, F. M. (2022). *Perilaku Konsumen (Iye Risman & Widayawaty Deviany Eka, Ed.)*. Rena Cipta Mandiri.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*.
- Arinanto, Y. I. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Return Saham Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2020*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Chabibi, I., Hasiholan, L. B., & Harini, C. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Pembelian Sebagai Intervening (Studi Kasus Dealer Jaya Motor Semarang). *Journal of Management*, 4(4).

- Chandra, D. S. (2023). Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image Apotek K-24 Medan. Dalam *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* (Vol. 2, Nomor 2).
- Diantary, N. L., Susanti, P. H., & Diputra, G. I. S. (2023). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kosmetik Ve Beauty di Denpasar Gde Indra Surya Diputra* (3) (1)(2)(3) (Vol. 3, Nomor 11).
- Febrianti, A., & Utomo, S. B. (2023). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya)*.
- Iskandar, H. (2020). *Analisis Brand Mantra Di Jejaring Hotel Grup Lokal Terhadap Interaksi Pelanggan Dengan Studi Kasus: Favehotel Analysis of Brand Mantra at Local Chain Hotel Group Toward Customer Interation with Case Study: Favehotel*. <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- Khoiri, N. H. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Southeast Asean .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17 Global Edition). Pearson Edition.
- Landeng, R. J. G., Mandeny, L. S., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea di Tumpaan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*.
- Malik, A. (2018). *Pengantar Statistika Pendidikan* (Fatria ika, Ed.). CV. Budi Utama.

- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Atalya Rileni Sudeco.
- Nurfadilah, Jatmiko, U., & Nurhidayati. (2023). Pengaruh Price Fairness, Lokasi Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Type 30/60 Pada Pt. Anugerah Agung Pratama Kediri. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*.
- Rahmat, L. I., & Septiana, N. (2021). Pengaruh Interaksi Penjualan Perorangan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Indihome di Wilayah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*.
- Rifai, A. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Stiker Cv. Sumber Barokah Kediri*. Universitas Islam Kadiri.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin, Ed.). Sah Media.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono, D. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Umara, S., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6 ed.). Salemba Empat.
- Utami, R., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Strategi Promosi dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 97. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14405>
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. Dalam *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 5, Nomor 1). <https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (Kusumajaya Andika Robbby, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.