

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, R. H. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan relationship quality terhadap loyalitas nasabah pada BMT Sarana Wiraswasta Muslim (SWM) Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)*.
- Agustino, L. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Andika, B., & Rummyeni, R. (2024). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azwa Perfume Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(2), 230–245. <https://doi.org/10.52434/jk.v10i2.3922>
- Astini, N. L. P., & Amrita, N. D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Mutiara Permai Cantika Kosmetik Di Gianyar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(1), 42–51. <https://doi.org/10.22225/we.22.1.2023.42-51>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Dismawanti Sanda. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bangun Mandiri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Elda, S. P. (2024). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pengembangan Desain Kemasan Bary Pada Kopi Rezeki Toraja (Doctoral dissertation, Politeknik STIA LAN Makassar).
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Regindratama, A. (2023). Pengaruh variasi produk dan display layout terhadap keputusan pembelian melalui word of mouth sebagai variabel mediasi di toko SRC Jumasri. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 710–728.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh keragaman produk, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dengan minat beli produk fashion muslim sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(10), 1996–2008.
- Fatimah, S., Fansuri, H., & Supeni, N. (2026). Pengaruh Harga , Promosi , Dan

Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Js Tea Cabang Panti Jember. *Journal of Business Economics and Management*| E-ISSN: 3063-8968, 02(03), 2698–2703.

Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 4(2), 159–185.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.

Hafifuddin, H., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Persepsi Jamaah Masjid di Kecamatan Gondokusuman Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 5(2), 114-127.

Haris Fadillah. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi. In *Pascal Books*.

Harahap, K., & Hawari, A. P. (2023). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E_Wallet Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JEAMI)*, 2(01), 27–40.

Hasibuan, A. S. (2023). Penerapan Konsep Asesmen Kompetensi Minimum (AKM) dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi dan Numerasi Pada Siswa di Sekolah Menengah Pertama Swasta Budi Insani. *SAJJANA: Public Administration Review*, 1(2), 1–6.
<https://doi.org/10.32734/sajjana.v1i2.14749>

Hidayat, W., & Sulistyani, L. (2022). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya. *Excellent*, 9(1), 7–18.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Unitomo Press.

Karmila, M. S., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Prianka. Gallery Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3)(3), 254-267.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Princípios de marketing*. Bookman Editora.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson

Education.

- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27-33.
- Krisna, A., Adetiya, L., Nur, F., & Shodikin, R. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Media Sains Indonesia.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 145–154.
- Laili, N. P. N., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(7).
- Mahira, Hadi, N. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome*. 2(1), 1267–1283.
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Rocket Chicken cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, and Business Research*, 2(1).
- Manengal, B. K. J. A. A. Y. P., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42–46.
- Milani, et al. (2023). Pengaruh Kebermanfaatan , Kemudahan , Dan Sikap Terhadap Penggunaan Aplikasi DANA Pada Generasi Millennial Di Sukoharjo. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, Vol. 6(No. 2), h. 264. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/7393>
- Napitupulu, E. E., Simamora, N., Sihombing, M. U. S., & Gorat, Z. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Kemasan terhadap Minat Beli Produk Mabruschetta. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 425-432.
- Nurhayati, N., Silitonga, D., & Purba, B. (2023). the Effect of Advertising and Sales Promotion on Consumer Purchase Decisions on Tiktok Shop. *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanitis*, 4(3), 98–103. <https://doi.org/10.46576/ijssseh.v4i3.3732>
- Percy, L., & Elliott, R. H. (2020). *Strategic advertising management*. Academic.
- Permana, I. W. E., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh

Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Toko Era Dunia. *Jurnal EMAS*, 3(7), 73–84.

Pratama, F., & Suwanto, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 505–520.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000444%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000444%250Ahttp://eprints.lancs.ac.uk/48376/%255Cnhttp://dx.doi.org/10.1002/zamm.19630430112%250Ahttp://www.sciencedirect.com/>

Putri, Bahri, S., Heikal, M., & Bahri, H. (2025). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Hijrah Store (Studi Kasus: Pada Pelanggan Kota Lhokseumawe). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(9), 16063–16068.

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>

Rahmadani, D., Febriansah, R. E., Yulianto, M. R., & Pebrianggara, A. (2024). Pengaruh Content Marketing, Celebrity Endorsement, dan e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). *Jurnal Darma Agung*, 32(3), 1–13.

Ramadanti, A. (2023). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rendang kemasan yenda foodies petukangan selatan*.

Rosita, D., & Novitanigtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Di Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 633–654. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. [file:///D:/Jurnal Penelitian/jurnal nasional 6.pdf](file:///D:/Jurnal%20Penelitian/jurnal%20nasional%206.pdf)

Sadiqin, A., Perdana, B. C., Arvita, R., & Hariono, J. (2024). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pemeblian Pada Minimarket Sinar Bulan. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences*, 2(3), 169–173. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i3.130>

Septiana, I., & Widyastuti, W. (2021). Pengaruh sales promotion, product quality, dan hedonic behavior pada impulse buying. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 698–707.

Sugiyono, D. (2022). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Instituto Universitario de Educación Física y Deporte*

(Vol. 9, Issue 2).
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/viref/article/view/342196/20806106>

Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1).
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25926610>
<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4492060>
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000444>

Utami, P. R. (2021). Analisis Desain Kemasan Produk Kue Kering Titta Snack Di Harapan Raya Kota Pekanbaru Skripsi. ` *Yayasan Lembaga Pendidikan Islam Riau Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Analisis*, 1–87. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Widia, N., & Norfida, F. A. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 3(1), 1–9. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/MRABJ>

Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, D. Y. A. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248–264.

Wiranta, D., & Khofifah, D. S. (2025). Pengaruh Brand Awareness dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Indo Prima Semesta Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 11(3), 25–34.

Wong, S. F., & Amri, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Servis Hp Cemerlang. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 224–235.
<https://doi.org/10.61722/jrme.v1i2.1447>