

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) The Influence Of Factor Of Cultural, Social, Personality And Psychology On Customer Behavior Studies In Real Estate Main Griya Banjardowo Semarang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Acai, Fitria, Grace dan Sherly. 2020. *Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Beli Smartphone Merek OPPO Dalam Kondisi Pandemi Covid-19*. SENMEA, Vol 5 No. 1 PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN, EKONOMI DAN AKUNTANSI.
- Amelda, Juliana, Jennifer, Roselynn dan Tiffanysius. 2021. *Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19*. P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178. PERSPEKTIF, Vol 19 No. 1 Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika.
- Ari Setyaningrum. Jusuf Udaya. Efendi. 2015 *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Plus Tren Terkini*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Ash Shadiq Egim. 2018. *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA AMIK DT. PARPATIAH NAN SABATANG (AMIK DAPARNAS)*. JURNAL MARKETINGS ISSN 2621 -6647 Volume 2 Nomor 2 Tahun 2018 120. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbankan Indonesia.
- Astin Naomi Saekoko, Antonio E.L. Nyoko, Ronald P. C. Fanggidae. 2020. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI UNIVERSITAS NUSA CENDANA)* (hlm.53)
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

- Christian, Yuliniar dan Heni. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Carry di Provinsi Jawa Barat saat Pandemi Covid-19*. Korelasi, Volume 2, 2021 hlm. 1660-1674.
- Coki Siadari. 2015. *Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Menurut Para Ahli*, <https://www.kumpulanpengertian.com/2015/11/pengertian-bauran-pemasaran-marketing.html>. Diakses pada 25 oktober 2021
- Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, Juli 2012.
- Desy Irana Dewi Lubis, Rahmat Hidayat. 2017. *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. Jurnal Ilman, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355-1488<http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman15>
- Devi Intan Setyaningsih, Hadi Ahmad Sukardi. 2020. *ANALISIS PERANAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA (Survey Tempat Kuliner di Kota Cimahi Kelurahan Cimahi Kecamatan Cimahi Tengah)*. JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan) Volume 2 Nomor 1 Halaman 44 - 49 Bandung, Januari 2020p-ISSN : 2655 - 2922e-ISSN : 2656 – 632X
- Drs. Jajang Burhanudin, M.M(1); Dra. Elia Daryati R, M.Si(2) Dosen Tetap Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik LP3I Bandung. 2015. *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKANDAYA TARIK WISATA BELANJA KOTA GARUT*. Jurnal ATRABIS Juni 2015.
- Dival, Lina dan Pusporini. 2021. *Analisis Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood*. Korelasi, Volume 2, 2021 hlm. 1744-1758.
- Fajar Tri Hermawan. *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MOTOR HONDA DI KOMPLEK GRAHA INDAH BEKASI)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

- Grab. 2021. “**GrabNEXT: 72% keluarga Indonesia memesan layanan pesan-antar makanan lebih banyak selama pandemi**”  
<https://www.grab.com/id/press/tech-product/grabnext-72-keluarga-indonesia-memesan-layanan-pesan-antar-makanan-lebih-banyak-selama-pandemi/> , diakses pada 26 Oktober 2021
- H. Abdul Manap. 2016. **Revolusi Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Jackson R.S. Weenas. 2013. **KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA**. ISSN 2303-1174. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
- Kevin dan Agus. 2021. **Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi dan E-Quality Service Terhadap Keputusan Pembelian di Zara Central Park pada Masa Pandemi Covid-19**. Vol 5 No 2 Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). **Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1**. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), **Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran** Jakarta : Erlangga.
- Lailatul, Siti dan Afi. 2020. **Analisis Kualitas Layanan Grab Protect, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Transportasi Online pada Masa Pandemi Covid-19**. Vol 10 No 9 Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Leo Dwi Jatmiko. 2020. “**Layanan Grab Tetap Tumbuh Meski PSBB Diterapkan**”,<https://teknologi.bisnis.com/read/20200913/266/1290958/layanan-grab-tetap-tumbuh-meski-psbb-diterapkan> , diakses pada 26 Oktober 2021.
- Muhammad, Dr.Khuzaini dan Aris. 2020. **Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Produk Sepeda Motor Honda di Masa Pandemi Virus Corona, studi kasus CV. Trio Motor Tanjung**. ePrints Uniska. Repository Universitas Islam Kalimantan.

- Muliani dan Fardina. 2020. *Pengaruh Promosi di Instagram dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Penggoda secara Online melalui Ojek Online (ojol) pada Masa Karantina Covid-19 di Kota Pontianak*. ISSN 0216 - 4337 eISSN 2581 – 0340. Integra. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pontianak.
- Rizal, Nawangsih, Jesi Irwanto. 2019. *Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Pisang Burno Sari Lumajang*. 3Volume 2 Nomor 1 Bulan September Tahun 2019. E-ISSN : 2715-5579, Available online at:<http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Robert, Ni Putu, Kenny dan Ary. 2020. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Semadhi Bike Shop Blahkiuh di Masa Pandemi Corona (Covid-19)*. E-ISSN : 2774-3020. Jurnal EMAS. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Penelitian Pemasaran*. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Selang (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Nomor 3. Volume 1, halaman 73.
- Suci Dwi Pangestu, dan Dra. Sri Suryoko, M.Si. *PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 5, no. 1, pp. 63-70, Dec. 2016.
- Sri Mulyana. *Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru*. Kompetitif (Komunitas Manajemen Kompetitif). Vol 7 No 2 (2021)
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Vinna Sri Yuniarti. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung : CV PUSTAKA SETIA

Wahyuni. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Dewi Hijab*. e-ISSN : 2461-0593. Vol 6, No.4. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

