

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Peneliti*, 3(2), 186–196.
- Aminullah, R., Suharto, A., Diansari, T., & Roisaminullah@gmail.com, E. (2018). THE EFFECT OF LOCATION PRICES AND COMPLETE PRODUCTS ON PURCHASE DECISIONS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 204–218.
- Andrenata, A., & Qomariah, N. (2022). PENGARUH MARKETING MIX 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SANGKAR MAS DESA DAWUHAN MANGLI SUKOWONO JEMBER. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, IX(1), 51–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.263>
- Angga, D., & Santoso, B. (2015). ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BIRO PERJALANAN WISATA “HOBI WISATA TOUR & TRAVEL” JEMBER. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 1–15.
- Apriliana, H. T. A., & Sumowo, S. (2015). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Pembelian Smartphome Android Merek Samsung (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2011-2013). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 121–142. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/13/11>
- Bagaskara, A., Qomariah, N., & Izzudin, A. (2021). The impact of advertising through social media on samsung cellphone purchase decisions. 13(3), 391–395.
- Febriandi, N Qomariah, GW Yohanes, 2018. [Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wisata Waduk Sidodadi Glenmor Banyuwangi](#). Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Hal 376-387
- Gaspersz, Vincent. 2011. *Ekonomi Manajerial*. PT Niaga Swadaya: Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hening Ary Putra, S. (2014). Pengaruh Iklan Onlinemelalui Media Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 13–23.
- Hermawan, H. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER Haris. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.

- Istanti, F. (2017). PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN BERBELANJA DAN E-PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA ONLINE DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 4(1).
- Jamaludin, A. (2015). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85820.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Alih bahasa: Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Kurnyawati, M. (2014). PENGARUH IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 yang Menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifebu. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 16(1), 84972.
- Lovelock, Christopher H. dan Wright, Lauren K., 2002, *Principles of Service Marketing and Management*, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Lupiyoadi, Rambat, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2008, *Perilaku Konsumen*, PT. Eresco, Bandung
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih. (2015). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75.
- Maulana, A. W., Qomariah, N., & Izzudin, A. (2022). Open Access The Effect of Product Diversification , Price and Product Quality on Cracker Purchase Decisions. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 06(6), 1–6.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira. *e-Proceeding of Management*, 3(1), 2679–2687.
- Prasetyo, D., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH IKLAN SECARA ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada

- Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 41(1), 170–174.
- Purnamasari, M., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang Maulida Purnamasari & Agung Budiarmo Pendahuluan Wisata merupakan kegiatan y. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–8.
- Qomariah, N. (2011). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *JEAM*, X(1), 30–42. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1206/969>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N., Mahendra, M. M. D., & Hafidzi, A. H. (2021). The Effect Of Price Consciousness , Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 57–63. <https://doi.org/10.9790/487X-2306045763>
- Qomariah, N., Wulandari, L. P., & Rozzaid, Y. (2020). Efforts to Increase Impulse Buying Through Discount Prices , Positive Emotions and Situational Factors. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(7), 53–58. <https://doi.org/10.35629/8028-0907025358>
- Rahmi, A., & Yogia, A. M. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Valuta*, 1(1), 149–172.
- Rumengan, Novi, H., & Steven, R. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 684–694.
- Sa'dullah, & Azhad, M. N. (2015). Analisis persepsi kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan perdagangan ikan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 61–75. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/15/13>
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Setyaningsih, S., & Murwatingsih. (2017). Pengaruh Motivasi, Promosi Dan Citra Destinasi Pada Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(2), 123–133. <http://maj.unnes.ac.id>
- Stanton, William J. 2011, *Fundamental Of Marketing*, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Sudjatmika, & Vania, F. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di TOKOPEDIA.COM. *Jurnal Agora*, 5(1).
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukotjo, Hendri 2010. *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Program Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Sumarni, Murti dan Suprihanto, John. 2008. *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar. Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Kelima. Liberty, Yogyakarta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukery, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. *Jurnal Manajemen Unpad*, 4(4), 1–20. <http://jurnal.unpad.ac.id/index.php/MS/article/view/989>
- Swastha, Basu. 2006. *Azas-Azas Marketing*, Edisi 3. Liberty: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia. Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Wati, N. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 1–16. http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/699/jbptunikompp-gdl-benazirwal-34906-10-unikom_b-l.pdf
- Wicaksana, Arya Handaka. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pembelian Handphone Merek Nokia Di WTC Surabaya)*. Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya.
- Zaini, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2020). Dampak Harga Produk , Promosi , Lokasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 151–160.