

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, D. C. (2024). Strategi Kualitas Produk, Harga Dan Saluran Distribusi Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Sale Pisang Pada Ud. Mandiri Banyuwangi. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 449–460.
- Anjayani, A., & Febriyanti, R. (2022). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Salemba Empat.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep \& Strategi*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Belk, R. W. (1996). Metaphoric Relationships With Pets. *Society \& Animals*, 4(2), 121–147.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact Of Physical Surroundings On Customers And Employees. *Journal Of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Cahyani, P. D., & Feri, E. E. (2024). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 427–435. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.24791>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Ed.). John Wiley \& Sons.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management And Marketing: Customer Management In Service Competition* (3rd Ed.). John Wiley \& Sons.
- Hermansyah, S., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Koja Jakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 3882. <https://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/2558>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (New Jersey). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education.
- Larasati, T. S., & Raharjo, T. B. (2024). Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 16(2).
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th Ed.). Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.

- Narundana, V. T., Sari, E., & Efriyanti, F. (2022). Analisis Pengaruh Cita Rasa Produk, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis Dijou Coffeebar. *Business And Entrepreneurship Journal (Bej)*, 3(2). <https://doi.org/10.57084/Bej.V3i2.883>
- Natasya. (2025). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Ulang Mixue (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Sawah Besar). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*, 1(1), 53–67. <https://doi.org/10.52859/Jem.V1i1.714>
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 69–77.
- Perhimpunan Dokter Hewan Indonesia (Pdhi) Cabang Jatim Iv Banyuwangi. (2025). *Data Pertumbuhan Tenaga Medis Veteriner Kabupaten Banyuwangi 2008-2025*. Pdhi.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage Of Nations*. Free Press.
- Putra, A. P. (2023). Analisis E- Marketing, Kaulitas Produk, Dan Inovasi Terhadap Brand Awareness Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Beli Di Alfamart (Kota Denpasar). *Jurnal Ecoment Global*, 8(1), 52–56. <https://doi.org/10.35908/Jeg.V8i1.2908>
- Rifai, A. D., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Human Capital Development*, 9(3), 1–13. <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/Hcd/Article/View/2263>
- Rina, Heikal, M., Maryudi, & Subhan, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47–56.
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Penggunaan Digital Payment Dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/Akunesa>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th Ed.). Pearson.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2017). *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Communications* (10th Ed.). Cengage Learning.
- Shipman, P. (2011). *The Animal Connection: A New Perspective On What Makes Us Human*. W. W. Norton & Company.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis Sem-Pls Dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.)).

Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian: Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip \& Penerapan*. Penerbit Andi.

Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41953>

Yona Sari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Kopi Bubuk Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Kopi Gunung Pasaman(Gunpas). *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Mse)*, 01(1), 1.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill Education.

