

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Aprisal, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap *Purchase Decision*. *Administrasi Bisnis*, 5(3), 815-826.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap *Purchase Decision* Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *EVENT MARKETING, E-WOM, CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI: Konsep dan Aplikasi*. CV. Intelektual Manifes Media.  
[https://books.google.co.id/books/about/EVENT\\_MARKETING\\_E\\_WOM\\_CITRA\\_MEREK\\_TERHAD.html?id=FyOqEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/EVENT_MARKETING_E_WOM_CITRA_MEREK_TERHAD.html?id=FyOqEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Dyah, K., Saifudin., 2020. Pengaruh *Price Perception* dan *Trust* Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi COVID-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Fitriana Fatma, & Yoshepa Sri Yanthy. (2020). Pengaruh Promosi dan *Price Perception* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Handphone OPPO Di Shopee Wilayah Jakarta Timur. *Inofatif Mahasiswa Manajemen*, 3(3), 1–98. file:///D:/Data Proposal Skripsi/Data Skripsi/SKRIPSI YUDHI new.pdf
- Griffin, R. W. (2021). *Fundamentals of Management (Tenth)*. Cengage.
- Hasibuan, Malayu, S, P. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Revisi, Bumi Aksara, 2016.
- Heggde, G., & Shainesh, G. (2018). *Price Perception Emerging Concepts and Applications*. Palgrave Macmillan
- Hidayati, F. W., Jhoansyah, D., Deni, R., & Danial, M. (2021). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 230–240.
- Khoiriyah, R., & Utomo, S. B. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap Purchase Decision honda beat* (studi kasus pada masyarakat Wadungasri Sidoarjo).

- Kotler, Philip, Armstrong, and Gary. (2014). *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition*. In P. Education (Ed.), *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (15th ed.).
- Kurniawan, Erni dan. *Pengantar Manajemen*. Edisi 1, Kencana, 2017.
- Li, X., Tse, Y. K., Zhang, M., & Phi, H. D. (2023). Impact of relocation strategy on brand trustworthiness and word-of-mouth: experimental vignette research on the US fashion industry. *International Journal of Production Economics*, 257, 108775.
- Lichtenstein, DR., Nancy MR., dan Richard GN. (1993). Price Perception and Consumer Shopping Behavior: A field Study. *Journal of Marketing Research*, Vol.XXX, 234-245.
- Melovic, B., Rogic, S., Cerovic Smolovic, J., Dudic, B., & Gregus, M. (2019). The impact of sport sponsorship perceptions and attitudes on purchasing decision of fans as consumers—Relevance for promotion of corporate social responsibility and sustainable practices. *Sustainability*, 11(22), 6389.
- Mukti, H. D., & Hambalah, F. (2022). Pengaruh Layanan Food Delivery O2O (Online to Offline) Terhadap Keputusan Pembelian dengan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Sebagai Variabel Dummy. *JAB : Journal of Accounting and Business*, 1(1), 12–28.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Interated Marketing Communication*. Penerbit. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Robbins, P. Stephen Dan Mary Coulter. 2014. *Management*, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran, Wibi Hardani. Erlangga, Jakarta.
- Sembiring, E. F., & Sunargo, S. (2022). Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 117–126. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.16769>
- Sholikah, Mundzir, A., Nunik, Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Ardiansyah, T. E., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Natalia, Pujiastuti, S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan* (E. Sudarmanto & E. Kurniawati (eds.); 1st ed.). Penerbit Insania.
- Siwi, B. K., & Maskur, A. (2022). Pengaruh *Trust*, *Price Perception*, Lokasi dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Purchase Decision* Perumahan Taman Gaharu Kabupaten Kendal. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 1156-1161.

- Stepanus, Dwi., Audita, N., 2021. Pengaruh *Trust*, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap *Purchase Decision* Produk Akomodasi di Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- Suparyanto, R., & Rosad, S. E. M. M. (2015). *Manajemen pemasaran. Bogor: In Media*.
- Wardhana, A. (2022). *Analisis E-WOM* (A. Sudirman (ed.); Issue March). CV. Media Sains Indonesia.
- Yousafzai et al, 2003. *Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective. International Review of Business Research paper*.
- Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Deepublish (ed.); Issue April).