

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2020). Dasar-dasar evaluasi pendidikan edisi 2. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Arikunto, S. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Aruan, Deasy Arisandy et al. (2021). “Pengaruh Kepemilikan Publik, NPM, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Solvabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Infrastruktur.” *Owner* 5(2): 556–65.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Atmaja, K. R. (2022). Analisis Pelanggaran pemalsuan topi branded pada platform shopee. St. Louis: Federal Reserve Bank of St Louis. <https://doi.org/10.31219/osf.io/en3x7>
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Aulia, N., Haryanti, I., & Ernawati, S. (2023). Analisis Marketing Mix dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada UKM Banana POP Kota Bima. In *Jurnal Manajemen Dewantara Edisi* (Vol. 7, Issue 2). <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Ayu Annurfa, D., & Sunindyo, A. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Jateng

Cabang Ungaran. In *keunis Majalah Ilmiah-ISSN* (Vol. 8, Issue 2).
www.bankjateng.co.id

Ghozali, I. (2022). Aplikasi analisa multivariate dengan program IBM SPSS 25.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kotler, P., & Armstrong, G (2021). Principles of Marketing Global Edition 17th
Edition. London: Pearson Education

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:
Erlangga

Kurniawati, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian. *EQUILIBRIA* 7(2), 100–108

Kristiawan, T. A., & Keni Keni. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media
Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian
Busana Brand Lokal . *DeReMa (Development of Research Management):
Jurnal Manajemen* Vol. 15 No. 2

Muhammad Daffa Wardhana, (2021), Pengaruh Capital Intensity, Corporate Social
Responsibility, Dan Environmental Uncertainty Terhadap Tax Avoidance
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi

Nurasyiah, N., & Nurdin, H. (2021). Analisa Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial
Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita (Studi pada Konsumen

Online Shop di Kota Bima). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 327.
<https://doi.org/10.32493/drb.v4i4.10946>

Rosdiana, N., & Lubis, F. A. (2019). Analisis Strategi Marketing Mix Pada Toko Gopek Fashion. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20693>

Ristanti & Iriani. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 3:10-26

Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1174.

Sugiyono. (2019). Metode Kualitatif dan Kuantitatif. *Cetakan Ke-23*. Alfabeta, Bandung.

Widiyanto, G. (2019). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji* (Vol. 17, Issue 1).
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>