

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Long Time. *Jurnal EMBA*, 8(1), 627–636.
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–10.
- Anggriani, N. L., & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada PT Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *Journal of Management YUME*, 3(1), 14–29.
- Annisa, T. I., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh Keterlibatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.
- Armansyah, D. B. A., & Soebiantoro, U. (2023). The Effect of Price Perception, Product Variations, and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Aice Products in Gresik Regency. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 3(9), 1851–1856. <https://doi.org/10.55677/ijssers/V03I9Y2023-09>
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-WOM, Pengetahuan Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 344–358. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.63>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia, Ed.).
- Darwin, M., Mamondol, M. R., & Sormin, S. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Media Sains Indonesia, Ed.).
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi di Toko SRC Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(1), 118–135.
- Faithya, N. K., & Purnama, H. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Pada UD. Sumatra Baja di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(2), 207–214.

- Fakhri, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Lautan Rezeki Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis (Riau Economic and Business Review)*, 11(3), 255–261.
- Faroh, W. N., & Junaidi, D. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 111–120.
- Febry, T., & Teofilus. (2020). *SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (CV. Media Sains Indonesia, Ed.).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Deepublish, Ed.).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Qiara Media, Ed.).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Universitas Diponegoro, Ed.).
- Hapsari, W., Palinggi, Y., & Idham. (2021). Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Serba 45.000 Ditenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 140–154.
- Irawati Sandra. (2022). *Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan* (Pustaka Peradaban, Ed.).
- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 473–492.
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 157–161.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition di Kota Mojokerto. *JBMA*, VII(2), 1–10.
- Maghfiroh, D. F., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Terpaan Buzz Marketing dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Nature Republic (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(2).
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor

- Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 139–152.
- Matondang, Z., & Nasution, H. F. (2021). *Praktik Analisis Data : Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (CV. Merdeka Kreasi Group, Ed.).
- Nabila, L. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Dompot Digital dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1034–1040.
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Furing Prima Pada PT. Biru Indokon. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 6(1), 79–88.
- Nugraha, A. C., & Nugraha, H. S. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya di Nasmoco Kaligawe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–8.
- Nurchaya, I. N., & Rastini, N. M. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 56–60. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 111–125.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://iprice.co.id/>
- Prihatiningsih, D. (2022). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif* (CV. Sarnu Untung, Ed.).
- Rajaguguk, A., Effendi, M., & Suryani, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Homesmart Rantau Prapat (Studi Kasus Saat Pandemi COVID-19). *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 15(2), 292–298.
- Sa'adah, L. (2021). *Statistik Inferensial* (LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Ed.).
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Salemba Empat, Ed.).

- Sitepu, A., & Daryanto Seno, A. H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gelael Supermaket Citraland Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1085–1095. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30606>
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Deepublish, Ed.).
- Sugiharto, A., & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Promosi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Area Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 7(2), 143–162.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Alfabeta, Ed.).
- Syarifudin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran* (CV. Istana Agency, Ed.).
- Yusnidar, Y. (2022). Analysis of the Use of Halal Labels, Celebrity Endorsers, and Product Knowledge and their Effects on Cosmetic Product Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 480–490. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i3.1943>