

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, P. A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(2), 226–236. Retrieved from <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/28>
- Alfifto, A., Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i1.1208>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Andreani, F., Gunawan, L., & Haryono, S. (2021). Social Media Influencer, Brand Awareness, and Purchase Decision Among Generation Z in Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 18–26. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.18-26>
- Anwar, Suhadarliyah, & Dkk. (2023). *Kewirausahaan Berbasis UMKM* (A. Bairizki, ed.). Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution, ed.). Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Avram, C., & Mărușteri, M. (2022). Normality assessment, few paradigms and use cases. *Revista Romana de Medicina de Laborator*, 30(3), 251–260. <https://doi.org/10.2478/rrlm-2022-0030>
- Basalamah, R., Erwaedy, A., & dkk. (2021). *Manajemen Inovasi dalam Bisnis*. Kepanjen: AE Publishing.
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & T, C. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi. *Forum Ekonomi*, 3(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. Retrieved from <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v3i3.147>
- Hariwibowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal. (2022). Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In

- West Java Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4024–4032. Retrieved from <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Hendrik. (2021). *Manajemen Pendidikan* (Andriyanto & M. Hale, eds.). Klaten: Lakeisha.
- Kurnianto, W. M., Rosalina, S. S., & Nurminingsih, N. (2019). Effect of Marketing Mix and Product Quality on Purchase Decision to the Spesial Sb Packaging Beef Meatball through Brand Image and Purchase Intention. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 86. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i2.654>
- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisier.
- Madow, W. G. (1968). Elementary Sampling Theory. *Technometrics*, 10(3), 621–622. <https://doi.org/10.1080/00401706.1968.10490610>
- Malawi', I., & Maruti, E. S. (2016). *Evaluasi Pendidikan*. Magetan: CV. AE Media Grafika.
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 132–142. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.82>
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Jurnal EMBA*, 2(4), 272–275.
- Nari, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Al-Iqtishad*, 17(2), 176. <https://doi.org/10.24014/jiq.v17i2.10602>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah, ed.). Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Rahayu, S. M., Ramadhanti, W., & Widodo, T. M. (2018). *Analisis Pengaruh Gender Direksi dan Komisaris, Manajemen Laba, serta Kinerja Perusahaan Terhadap Kompensasi Manajemen Puncak di ASEAN*. Yogyakarta: Deepublish Publisier.
- Raturandang, V. E. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 620. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40668>
- Revoliady, F., & Baihaqi, M. I. (2023). Product Innovation, Lifestyle, Brand Reputation on Purchase Decision and Its Implications to Consumer Satisfaction. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 155–171. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.14400>
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner* (Abdul, ed.). Indramayu: CV Adanu Abimata.

- Roy, N., Roychoudhury, S., Nautiyal, S., & Dkk. (2020). *Socio-Economic and Ecobiological Dimensions in Resource use and Conservation*. Switzerland: Springer.
- Sa'adah, L., Martadani, L., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisa Perbedaan Kinerja Karyawan pada PT Surya Indah Food Multirasa Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 515–522.
- Sallis, J. E., Gripsrud, G., Olsson, U. H., & Silkoset, R. (2021). *Research Methods and Data Analysis for Business Decisions A Primer Using SPSS*. Switzerland: Springer.
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>
- Saragih, MM., B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113. Retrieved from [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill Building Approach* (Seventh ed). Italy: Wiley.
- Setyaningsih, R., Cahyaningrum, A. O., & Nuranti, B. R. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Limajari.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT.HNI HPAI). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 399–413. Retrieved from <http://trianglesains.makarioz.org>
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Simbolon, F. P., Nurcholifa, R. A., & Safarina, M. (2022). The Influence of Using Instagram as a Promotional Media in Building Brand Awareness and Its Impact on Purchase Decision of Bulog Products in Shopee. *Binus Business Review*, 13(1), 57–66. <https://doi.org/10.21512/bbr.v13i1.7917>
- Siwu, R. E. L., Mananeke, L., & Loindong, S. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Pada Rumah Makan Mi Pangsit Jalur Dua Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 9(3), 419–426.
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan*

- Politik*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>
- Supriyadi, E. (2022). *Analisa Pengendalian Kualitas Produk dengan Statistical Process Control (SPC)* (T. Hidayati, ed.). Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Sutrisno, Jodi, I. W. G. A. S., Putra, S. A., Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 571–578. Retrieved from <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Taufiqah, R., & Yogi Sari, O. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lokal Produk Serum Scarlett Whitening. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 336–347. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.248>
- Tauhid, Soraya, Kamaluddin, & Syamsuddin. (2021). *Strategi Cerdas dalam Pengembangan, Inovasi, dan Perubahan Organisasi* (A. Usman, ed.). Klaten: Lakeisha.
- Tehuayo, E. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 69–88. <https://doi.org/10.47747/jnmppsdm.v2i2.277>
- Triansyah, F. A., Umalihayati, & Dkk. (2023). *Memahami Metodologi Penelitian* (P. T. Cahyono, ed.). Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Vera, & Wangdra, Y. (2022). *Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Prima Labeling*.
- Veronica, A., Ernawati, & Dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Hidayanti & S. S. Aulia, eds.). Padang: PT.Global Eksekutif Teknologi.
- Wulandari, E. E. P. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 74–86. <https://doi.org/10.36085/jems.v2i1.1379>
- Zamora, R., & W, E. A. (2023). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Pemasaran* (Ramdani, ed.). Yogyakarta: Absolute Media.