

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, J. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen warung lesehan di Jalan Protokol Yogyakarta*. STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis.
- Alma, Buchari. (2016) . *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta:Bandung.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Ambang Prasetyo, & Lina Miftahul Jannah. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, M. B. (2005). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Damodar, G. (2006). *Dasar-dasar ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Danang Sunyoto. (2011). *Metodologi penelitian untuk ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Etta Mamang Sangadji, & Sopiiah. (2011). *Metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fatmala, N., & Azizah, N. (2025). The influence of fashion involvement, hedonic consumption, and shopping lifestyle on Generation Z consumer preferences (study on Inzia Scarf resellers in Kediri). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*.
- Foster. (n.d.). *Prinsip-prinsip pemasaran: Buku 2: Manajemen yang sukses di negara yang sedang berkembang*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian (Studi pada pemilihan tempat kos mahasiswa di Tulungagung). *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 99–102.  
<https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/download/622/616>
- Heizer, J., & Barry, R. (2015). *Operations management (Manajemen operasi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hendrie Anto. (2003). *Pengantar ekonomika Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.

- Jesse Marcelins, & Billy Tantra B. (n.d.). Pengaruh marketing mix 7P terhadap keputusan pembelian pada guest house di Surabaya. Universitas Kristen Petra.
- Kinski, N., Sari, R. L., & Ruslan, D. (2023). Pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di e-commerce. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(13), 435–443. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8152978>
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi ke-9, Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing management*. Pearson Prentice Hall Inc: Global Edition.
- Lupiyoadi, R., & A, H. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang. (2012). *Dasar-dasar manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moh. Nazir. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen pemasaran pendekatan praktis dengan teori-teori para ahli*. Jakarta: PT Atalya Rileni Sudeco.
- Sari, E. R. (2022). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Qolsa di Kota Metro tahun 2022* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Metro]. Scholar UMMETRO. <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/edunomia/article/view/3727>
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku konsumen* (Edisi revisi). Jakarta: Prenada Media Group.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.).
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (Studi pada situs jual beli online shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode Februari–April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1), 21–34.

- Sugiyono. (2016). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujiatno, A. E. (2009). *Aplikasi statistik belajar SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka Karya.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik* (Edisi kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pada pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35–43.
- Wijayanto, M. R. (2023). *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Mie Sedaap pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri*. IAIN Kediri.