

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, R., dkk. (2023). Aspek pemasaran dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Bisnis*.  
<https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/1278>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson Education.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D. (2025). *How to Define SMART Marketing Objectives*. Retrieved from:  
<https://www.smartinsights.com/goal-setting-evaluation/goals-kpis/define-smart-marketing-objectives>
- Darmanah, Garaika. (2019) *Metodologi Penelitian*. CV Hira Tech, Lampung.
- Dawud, L. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–16.
- Deasy, L. K., & Rinandiyana, L. R. (2017). *The Influence of Green Marketing and Purchase Decision with Brand Image as Mediation Variable. Sustainable Competitive Advantage-7 (SCA-7)*, 87–103.
- dos Santos Soares, J. A., Moenardy, K. K., & Ximenes, L. (2024). *The effect of Product quality, product completeness and employee service quality on purchasing decisions: study on hyper market leader customers dili timor leste. journal of bussines and innovation (torbin)*, 1(01), 237-249.
- Handayani, N. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hidayat, A., & Arifin, K. (2023). Pengaruh word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian Caffé and Tea Sintesa Tanjung Tabalong. *JAPB: Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 6(2), 763-779.

- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75-81.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Kotler, P., Chernev, A., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Liswandany, F., Supriyono, S., Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada dolan kopi Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2)
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Martianto, D., Iriani, A., & Witjaksono, M. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385.
- Ningsih, S., & Handayani, T. (2017). Rancangan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Kerupuk Multisari. *Jurnal Daya Saing*, 3(2), 199-206.
- Rantelina, et al. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 45–56.
- Rizaldy, A., dan Murtiyanto, R.K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Arema Store Malang. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 197-200.
- Sari, R. P., & Rahmawati, F. (2023). Pengaruh Influencer dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal MENAWAN*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.

- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2022). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono, S. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Cetakan 10. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (cet. terbaru). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna. (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Pusaka Baru Press. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 207.
- Westwood, J. (2022). *Marketing: A systematic and integrated approach to satisfying consumer needs and organizational profitability*.
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Pada Marketplace Tokopedia. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 146–154.