

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. L. Tumbel and W. J. F. A. Tumbuan, "THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND AWARENESS ON PURCHASING DECISIONS FOR ULTRA MILK X STRAY KIDS PRODUCTS IN MANADO (STUDY ON GEN Z)," *43 J. EMBA*, vol. 13, no. 1, pp. 43–54, 2025.
- [2] W. Intan Aghitsni and N. Busyra, "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BOGOR," *JIMEA*, vol. Vol. 6, no. No. 3, pp. 38–51, Sep. 2022.
- [3] F. Rochma *et al.*, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SAMBAL GAMI JEET 81 PORONG THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION SAMBAL GAMI JEET 81 PORONG," *TALIJAGAD*, vol. 2024, no. 1, 2024.
- [4] S. S. T. U. Sancai Sancai, "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di PT. SolusiBangun Andalas Medan," *SENASHTEK 2024*, pp. 205–2011, Mar. 2023.
- [5] Indra, "Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEL) Medan," *SOSMANIORA J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 1, no. 2, pp. 246–255, Jun. 2022, doi: 10.55123/sosmaniora.v1i2.589.
- [6] M. Br Marbun, H. Ali, and F. Dwikoco, "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)," *J. Manag. Islam. Stud.*, vol. 3, no. 2, pp. 716–727, Jul. 2022, doi: 10.38035/jmpis.v3i2.
- [7] Siti Anisa Oktaviani *et al.*, "Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia," *J. Pajak dan Anal. Ekon. Syariah*, vol. 1, no. 3, pp. 218–236, Jul. 2024, doi: 10.61132/jpaes.v1i3.335.
- [8] R. B. Seran, E. Sundari, and M. Fadhila, "Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen," *J. Mirai Manag.*, vol. 8, no. 1, pp. 206–211, 2023.
- [9] Ningrum, Lilian Mega Puri, and Eva Ratnasari, "Pengaruh Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022,” *J. Student Res.*, no. 1, pp. 394–403, Jan. 2023.

- [10] Maryati and M. Khoiri, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO ONLINE TIME UNIVERSE STUDIO,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 542–550, Jul. 2022.
- [11] N. Nurliyanti, A. Arnis Susanti, and B. Hadibrata, “PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMENT),” *JIHHP – J. Ilm. Hum. dan Pendidik.*, vol. 2, no. 2, pp. 224–232, Feb. 2022, doi: 10.38035/jihhp.v2i2.
- [12] Muzaki Hasan, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN SALE PISANG PADA HARI RAYA IDUL FITRI (STUDI PADA PRODUK SALE PISANG DI WANAREJA,” *HATTA J. Pendidik. Ekon. dan Ilmu Ekon.*, vol. 2, no. 1, pp. 54–60, Apr. 2024.
- [13] H. Fathonah Agustika and R. P. Ananda, “RESEARCH GAP STRATEGIES IN A RTICLE INTRODUCTION SECTION ON TEACHING ENGLISH AS FOREIGN LANGUAGE (TEFL) IN SINTA 1 JOURNALS,” 2024.
- [14] H. Hamdani and H. Sa’diyah, “Konsep Dasar Penyusunan Hipotesis dan Kajian Teori dalam Penelitian,” *J. Linguist. Soc. Stud.*, vol. 2, no. 2, pp. 64–73, May 2025, doi: 10.52620/jls.v2i2.93.
- [15] M. Waruwu, S. N. Pu`at, P. R. Utami, E. Yanti, and M. Rusydiana, “Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan,” *J. Ilm. Profesi Pendidik.*, vol. 10, no. 1, pp. 917–932, Feb. 2025, doi: 10.29303/jipp.v10i1.3057.
- [16] Muhammad Nusrang, Muh. Fahmuddin, and Hardianti Hafid, “Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia,” *Semin. Nas. Dies Natalis 62*, vol. 1, pp. 543–548, 2023, doi: 10.59562/semnasdies.v1i1.1088.
- [17] M. S. Sari and M. Zefri, “Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura,” *J. Ekon.*, vol. 21, no. 3, pp. 308–311, 2019.

- [18] I. Mawaddah Inadjo, B. J. Moku, and N. Kandowanko, "Adaptasi Sosial SDN 1 Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa Oleh," *J. Ilm. Soc.*, vol. 2, no. 4, 2022.
- [19] N. Suryani, Ms. Jailani, N. Suriani, R. Raden Mattaheer Jambi, and U. Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *IHSAN J. Pendidik. Islam*, vol. Volume 1, no. Nomor 2, p. 24, Jul. 2023.
- [20] Asrulla, Ms. Jailani, and F. Jeka, "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. Volume 7, no. Nomor 3, pp. 26320–26332, Sep. 2023.
- [21] S. Romdona, S. Senja Junista, and A. Gunawan, "TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER," *JISOSEPOL J. Ilmu Sos. Ekon. dan Polit.*, vol. Vol.3, no. No.1, pp. 39–47, Jan. 2025.
- [22] S. P. . M. M. Setiani Tia and Andini Rahma, "PENGARUH RASIO SOLVABILITAS DAN RASIO AKTIVITAS PERUSAHAAN TERHADAP RASIO PROFITABILITAS PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020 – 2022," *J. Akunt.*, vol. Vol. 18, no. N0.2, p. 68, Nov. 2023.
- [23] Utami Ruruh and Kussudyarsana, "ANALISIS EFEKTIVITAS KAMPANYE PEMASARAN STORYTELLING PADA PLATFORM AZARINE COSMETIC UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST SEBAGAI MEDIASI TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN," *J. Akunt. Pajak*, vol. Vol. 24, no. No. 02, pp. 1–23, Feb. 2024.