

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2021). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=LqFOEAAAQBAJ>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=K79mEAAAQBAJ>
- Halim, F., Ardhariksa Zukhruf, Marisi Butarbutar, Andriasan Sudarso, B. P., Lie, D., Mangiring, H., Adi, L., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hartiningsih, S., & Rokhmah, B. E. (2017). Bauran Pemasaran (4P+Physical Evidence) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Laboratorium Klinik Prodia Surakarta. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(1), 28–34. <https://doi.org/10.24856/mem.v32i1.462>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. PT Intermedia Personalia Utama.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek ,Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43. <http://pusatdata.kontan.co.id>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember the Effect of Locations, Brand Images and Word of Mouth To Consumer Buying Decisions on Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 2460–9471.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Cetakan Pe). Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Global Edition* (Sixteenth). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). PANDIVA BUKU.
- Lubis, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman. *Management and Business Review*, 5(1), 29–39. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i1.5316>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Penerbit Salemba Empat.
- Maskan, M., Permatasari, I. R., & Utaminingsih, A. (2018). *Kewirausahaan: Kewirausahaan*. UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema. <https://books.google.co.id/books?id=QDJyDwAAQBAJ>
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra

- Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1–8.
- Rachman, T., Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rumondang, A., Purba, B., Sudarso, A., Hafni, S., Nurhaini, R., Gandasari, D., Purba, S., Muhammad, M., Dwidienawati, D., Hengki, H., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (A. Karim (ed.); Pertama). Yayasan Kita Menulis.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)* (A. Prabawati (ed.); I). Penerbit ANDI OFFSET.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.
- Sholihat, A., & Rummyeni. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. In *Fkip Uhamka*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Wati, L. A., & Hidayat, M. (2019). *Membangun Bisnis dari Starting Menuju Running: Aplikasi pada Bisnis Otak-Otak Bandeng*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=esHPDwAAQBAJ>