

Daftar Pustaka

- [1] I. K. Sihombing and I. S. Dewi, *Pemasaran dan Manajemen Pasar: Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen*, Pertama. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- [2] N. I. Watajdid, A. Lathifah, D. S. Andini, and F. Fitroh, "Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, vol. 20, no. 2, pp. 163–179, 2021, doi: 10.14710/jspi.v20i2.163-179.
- [3] A. E. Trihastuti, *MANAJEMEN PEMASARAN Plus*, Yogyakarta. DEEPUBLISH, 2020.
- [4] Z. U. Daud, "Pengaruh Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baru," vol. 7, no. 2, pp. 174–183, 2018.
- [5] E. Handrayani *et al.*, "MANAJEMEN PEMASARAN (DASAR&KONSEP)," Kota Bandung: Media Sains Indonesia dan penulis, 2021.
- [6] A. Rizal, *MANAJEMEN PEMASARAN di era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta, 2020.
- [7] F. G. Igir and J. R. E. Tampi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up," vol. 6, no. 2, pp. 86–96, 2018.
- [8] N. I. Fadli and R. Ramayanti, "ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI BERDASARKAN METODE FULL COSTING," 2020.
- [9] "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba YOVANKA SITORUS, Dr. Novita Erma Kristanti, STP., MP; Dr. Agung Putra Pamungkas, STP., M.Agr," pp. 1–2, 2021.
- [10] E. Sujono, *METODE PENELITIAN ADMINISTRASI & MANAJEMEN*, 1st ed. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2017.
- [11] S. Siyoto and A. Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- [12] L. P. Sinambela, "METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF," Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021, p. 466.
- [13] H. I. Ghazali, *PARTIAL LEAST SQUARE KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*, 3rd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.