

## DAFTAR PUSTAKA

- aliy, H., Putra, A., Fikri, M., Alamsyah, A., & Dinata, K. (2023). *Strategi Kreatif Untuk Meningkatkan Efektivitas Fasilitas Digital Marketing*. 2, 1238–1245.
- Aryandhana, D., Bintarti, S., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 191–206. <https://doi.org/10.37366/Jespb.V6i02.247>
- Baiq Herdina Septika (2023) Analisis Pengaruh Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan. [https://www.researchgate.net/derf/https%3a%2f%2fe-journal.undikma.ac.id%2findex.php%2fvisionary?\\_Tp=Eyjjb250zxh0ijp7imzpcnn0ugfnzsi6il9kaxjly3qilcjwywdlijoichvibgljyxrpb24ifx0,11](https://www.researchgate.net/derf/https%3a%2f%2fe-journal.undikma.ac.id%2findex.php%2fvisionary?_Tp=Eyjjb250zxh0ijp7imzpcnn0ugfnzsi6il9kaxjly3qilcjwywdlijoichvibgljyxrpb24ifx0,11) (April), 86–90.
- Blora, K (2022) *The Impact Of Product Variation , Product Quality , And Service Quality On Purchase Decision Of Ko-Kopian Growth Rate Of Culinary Sector Profit Of Ko-Kopian August 2022*(1), 573–580.
- Eriyanti, H., & Kusmadeni, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Supermarket Di Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (Jem)*, 7(1), 1–14.
- Fatmaningrum, R. S., & Et Al. (2020) Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/Mea/article/view/270>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). C. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah. Ekonomi. Dan. Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.V8i2.1081>
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 2(2), 314–320. <https://doi.org/10.32500/Jebe.V2i2.1747>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Prgram Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd Ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Index, T. Brand. (2023). *Top Brand Index Sabun Lifebouy*. [https://www.topbrandaward.com/komparasi\\_brand/bandini4](https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandini4)

- Junaidi, M., & Sulistiawati, E. (2023). *Peran Kemasan Dan Citra Merek Bagi Keputusan Pembelian*. 203–216.
- Kurniaputri, M. R. (2020). Brand Equity Dan Labelisasi Halal Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1200>
- Mulyansyah, G. T. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya*. 9(1), 1097–1103.
- Munte Sirmas, F., & Polewangi Daeng, Y. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi Covid-19 Di Ukm Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (Jitmi)*, 1(1), 53–68. <https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Naufalina, F. E., Desain, J., Visual, K., & Kreatif, F. I. (2020). *Peranan Utama Pada Anyaman Bambu Sebagai*. 2020.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
- Oktaviani, V. P., Suci, R. P., Zulkifli, & Hermawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Perumahan Graha Singhajaya). *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 2(1), 27–38. <https://www.bajangjournal.com/index.php/jirk/article/view/2551>
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, E-Wom, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Perjuangan, J. E. (2021). *No Title*. 2(2), 167–176.
- Pitri, T. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian The Effect Of Marketing Strategy On Purchasing Decisions*. 1(2), 87–98.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>

- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/Sainsm.V5i1.1007>
- Rizqi, A. W., Jufriyanto, M., & Pusporini, P. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Asosiasi Umkm Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik (Studi Kasus : Produk Kerupuk). *Ijcosin: Indonesian Journal Of Community Service And Innovation*, 1(1), 33–38. <https://doi.org/10.20895/Ijcosin.V1i1.261>
- Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., Tampenawas, J. L. A., Pembelian, K., Pada, K., Pandemi, M., Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). *Issn 2303-1174 I.A. Rumagit., S.L.H.V. J. Lopian., J. L.A. Tampenawas.,. 11(1)*, 1242–1252.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07>
- Tumbel, A. (2022). The Influence Of Product Variations, Prices And Promotions On Purchase Decisions In Chamar Kawangkoan Restaurants And Coffee. *Mandagie 224 Jurnal Emba*, 10(4), 224–232.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 407–414. <https://doi.org/10.29040/Jie.V3i02.627>