

DAFTAR PUSTAKA

- Adininggar, A. (2023). Perkembangan Perekonomian Indonesia dan Dunia Triwulan III tahun 2023. In *Kementerian PPN/Bappenas* (Vol. 7, Issue 3).
- Aghitsi, I. W., & Busyra, N. (2022). *PENGARUHKUALITASPRODUKTERHADAPKEPUTUSANPEMBELIANKEN DARAANBERMOTORDIKOTABOGOR*. 6(3), 38–51.
- Aji, G., Casha, N., Fatimah, S., & Munawaroh, Q. A. (2023). *Pengaruh Budaya Terhadap Penerapan Strategi Pemasaran Internasional*. 2(2).
- Alfani, N. (2022). *Gambaran Preferensi Pemilihan Pasangan Hidup Pada Wanita Karir*.
- Alfira, L., & Widodasih, R. W. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen GoFood. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 15–24. <https://doi.org/10.30656/jm.v13i1.6706>
- Amir, H. (2021). *Membangun Ketangguhan Ekonomi Pada Era Pandemi*.
- Amirullah. (2013). Pasar Konsumen Dan Perilaku Pembelian. *Slide Share*, 6. <http://www.slideshare.net/septianraha/pasar-konsumen-3-u>
- Ammirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- Anam, K. mohamad. (2019). *Implementasi pengambilan keputusan pembelian kebutuhan dalam pengelolaan uang saku santriwan Pondok Pesantren Matha'ul Anwar*. 4(1), 75–84.
- Anang, M. F. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July).
- Annisa, N. (2021). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MUKENA IGCOLLECTION.MKS DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Pada Segmen Ibu Rumah Tangga)*.
- Apriliya, W. N., Prakkasi, I., & Sudirman. (2024). *Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. 3(6), 2085–2106.
- Ardianti, N. A., & Widiartanto. (n.d.). *Pengaruh Online Customer Review dan Online*

- Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. 1–11.
- Ariyadi, A., Ismail, I. M. A., & Safarudi. (2024). *DIMENSI TANGIBLE DALAM PENYELENGGARAAN PELAYANAN PUBLIK*. 4(3), 105–118.
- Baihaki. (2016). *STUDI KITAB TAFSI<R AL-MUNI<R KARYA WAHBAH AL-ZUH}AILI< DAN CONTOH PENAFSIRANNYA TENTANG PERNIKAHAN BEDA AGAMA*. XVI, 147–148.
- Balqiah, E. T., & Setyowardhani, H. (n.d.). *Pemahaman Konsep dan Studi Perilaku Konsumen dalam Pengembangan Strategi Pemasaran*. 1–49.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN PERUSAHAAN*.
- Dafa, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Pakaian Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fisip Uin Syarif Hidayatullah *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/71752>
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Dunggio, S., Usu, I., & Karundeng, R. D. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: PENDEKATAN GRONROOS MODEL (STUDI KASUS PADA NJ SKIN TREATMENT)*. 6(2), 177–188.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Nobelson, S. (2021). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian*.
- Ernawati, D. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG*. 7, 17–32.
- Fadila, N., Zakiah, S. N., Lestari, W., Najia, F., & Husain, F. (2025). Pengaruh Literasi

- Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Era E-Commerce. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 162–175. <https://doi.org/10.63822/6vch2745>
- Fahmi, I. M. (2025). *PERAN KUALITAS PELAYANAN DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN JASA “GOFOOD” YANG DI MEDIASI OLEH MINAT BELI*. 6. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Fauzi, R. C. (2019). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA*.
- Firmansyah. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In *Cv Budi Utama: Vol. 5 No. (Issue september)*. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Firmansyah, H., Djuniardi, D., Caroline, K. E., Maghfirah, N., Wigati, E., Istianingsih, N., Pamuji, T., Nurhayati, T., & Widiyanti, T. (2021). *MENAKAN EKONOMI DI ERA PANDEMI COVID 19 & NEW NORMAL*.
- Fitryana, T. (2023). Pengukuran Return On Investmen (ROI) Dalam Kampanye Digital Marketing. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6, 1833–1837.
- Handayani, S. (2012). *MODEL HOWARD & SHETH SEBAGAI ALTERNATIF MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN DALAM MANAJEMEN PEMASARAN (SB. Handayani, SE MM) ABSTRAK*. 35, 1–13.
- Hidayati, L. N. (2018). *PENGARUH VIRAL MARKETING , ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA Nur Laili Hidayati Abstrak Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN : 2337-6708 Volume 06 Nomor 03 Tahun 2018. 06, 77–84*.
- Hindrayani, A. (2013). Investasi Langsung Luar Negeri Dan Pertumbuhan Ekonomi. *Ed-Equilibrium*, 1(1), 51. <https://media.neliti.com/media/publications/241360-investasi-langsung-luar-negeridan-pertum-ec12d93d.pdf>
- Johar, D. S. (2018). *Nilai Utilitas Dan Nilai Hedonis Yang Memengaruhi Kepuasan*

- Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang.*
<http://repository.ub.ac.id>
- Kacaribu, N. F. (2025). Tinjauan Ekonomi, Keuangan, & Fiskal: Memperkuat Ketahanan Ekonomi Indonesia di Tengah Ketidakpastian Global. In *Tinjauan Ekonomi, Keuangan dan Fiskal* (Issue 1).
https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/tekf/file/1743063257_tekf_i_2025.pdf
- Karman, Muslim, nuraeni A., Abdi, S. A., Suharman, A., & Nabilah, C. (2024). *TAFSIR AL-MISBĀH: LENTERA HATI QURAISH SHIHAB*. 09(Table 10), 4–6.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Dona Battista.
https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketing_Management.pdf
- Kurniawan, T. F., Indri, Slasabila, K., Razzaq, A., & Nugraha, Yudistira, M. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Almaz Fried Chicken Cabang Kenten Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Almaz Fried Chicken Cabang Kenten Dalam Menarik Minat Konsumen Muslim Di Kota Palembang (Marketing Communication Strategy Of Almaz Fried Chicken Kenten Bra. *Journal of International Relations*, July. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.2079>
- Kusuma, S. (2024). *Manajemen Pemasaran Di Era Digitalisasi*.
- Laily, Z. (2022). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN DI McDONALD'S*.
- Louise, C., Blesstari, C. E., Lin, J. F., & Kenneth, K. (2023). Pengaruh Aksi Boikot Mcdonald's Akibat Genosida Israel di Palestina Terhadap Masyarakat Indonesia Dalam Nilai Pancasila Christopher. *Jurnal Pendidikan Seni,Sains Dan Sosial Humaniora*, September, 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Maliana, R. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di rumah Makan Bebek Tresnah Bangkalan*.
- Manggala, H., & Adirineksi, p G. (2022). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI*

PADA SHABURI KELAPA GADING). 19.

- Manurung, R., Supriyadi, S., & Wibowo, T. J. (2016). *PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN DENGAN PENDEKATAN SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*. 2(1), 28–36.
- Maranata, H. B., & Wijaya, M. T. (2021). *PENGARUH SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL, ATTITUDE TERHADAP*. 1(2), 54–63.
- Mardiyono, F., & Digdowiseiso, K. (2023). *Effect of Product Quality , Promotion and Personal Selling on Purchase Decisions Through Intention to Buy Amazink Ink Consumers in Cirebon City*. 4(3), 481–505.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*, 3(1), 13–24. <https://www.ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>
- Mukromin, L. W. (2019). *Media Sebagai Lembaga Sosia Dan Komersil*. 3(2), 135–160.
- Muna, A. N., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Ta Wan Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7, 24–35.
- Murty, D., Khasanah, I., & Manajemen, J. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600Ml Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Mutazam, H. Z., Winarso, W., Kurniawan, D., Komariah, S. N., & Anas, H. (2025). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACAE SHOPEE*. May. <https://doi.org/10.62335/sinergi.v2i2.961>
- Nanda, N. N. (2019). *The Influence of E-Commerce , Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan*. 388–395.
- Nazwa, W. F., & Salya, A. (2025). *TERHADAP CONSUMER PURCHASE*

BEHAVIOR MELALUI BEHAVIORAL INTENTION JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). 9(1), 2897–2926.

Ndraha, L. M., & Kramadibrata, S. B. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Thrifting di Pasar Senen. I.*

Novie, M., & Adinugroho, I. (2024). *Pemasaran Di Era Digital.*

Nugraha, P. J., Alfiah, Di., Sinulingga, G., Rojati, U., & Beribe, B, F. M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen.*

Nurpadilah, S., Nenden Kostini, & Cecep Safa'atul Barkah. (2024). PENGARUH UTILITARIAN VALUE, HEDONIC VALUE, DAN SYMBOLIC VALUE TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Live Streaming Shopee @Mayoutfitofficialshop). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1208–1219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1140>

Permatasari, I. M., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Hedonic Consumption dan Mediator Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif (Survei Pada Pembeli Produk Fashion Di Malang Town Square Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(2), 1–9.

Prasetyo, T., & Bodroastuti, T. (2002). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang) Factors That Influence Consumer Purchasing Behavior (Study at Lancar Widodo Oil Store Semarang)*.

Pratama, A. A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Label Halal. In *Jurnal Bisnis Terapan* (Vol. 1, Issue 1).

Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. I*(1), 1–10.

Purnama, M. Y. (2023). Transformasi Pengetahuan Dan Realitas Sosial Pelaku Umk Tentang Label Halal. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4), 718–739. <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71327>

- Purwanti, A. (2020). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI SHOPEE DENGAN DIMEDIASI NILAI YANG DIRASAKAN PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA*. 53(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577>
- Purwianti, L., & Filbert, F. (2023). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Yang Dimediasikan Oleh Minat Beli Pada Pengguna E-Commerce Di Kota Batam Lily*. 137–148.
- Puspasari, D., Amalia, D., Pamungkas, E. W., Hendraliany, S., & Fitriani, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lensa Kontak Pada Diens Optik Purwakarta. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 974–983. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2791>
- Putra, A. R., & Santoso, B. E. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK HERBAL HNI HPAI DI BUSINESS CENTER CABANG MOJOKERTO*. 105–108.
- Putri, A. D. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI REPURCHASE INTENTION*. Table 10, 4–6.
- Qurohman, T., & Futaqi, A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Islamic Branding Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Minasshofa Cellular Ponorogo Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 3(1), 74–94. <https://doi.org/10.21154/joipad.v3i1.5274>
- Rachel, F., Hanifa, S. A., & Akbar, W. R. P. (2022). Efektivitas Program Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PC-PEN) ditinjau dari Ekonomi Pancasila. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(2), 250–271. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2022.12.2.250-271>
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*.
- Rahmadatul Lia Nisa, Annisa Anggraini, Safa Parasastia, Latifah Nurhasanah, & Linda

- Rahma Yanti. (2025). Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Urban Berdasarkan Prinsip Ekonomi Islam. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 105–113. <https://doi.org/10.61994/econis.v3i1.546>
- Rahman, A. Y., & Hidayat, R. (2021). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, INTENSITAS PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OPTIK FAMILI*. 1–12.
- Rahmawati, M., Pratiwi Rini, S., Wahyuni, R., Kartini, & Asas, I. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Ramadhan, M., Syahidin, S., & Syarifudin, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kantor POS Cabang Takengon Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(2), 21–29. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i2.532>
- Randa. (2021). *Pengaruh utilitarian shopping motivation dan patronage buying motive terhadap keputusan pembelian produk facial wash pond's di gemilang swalayan kota tembilahan*.
- Riannisa, A. (2024). *DINAMIKA GAYA HIDUP DAN IDENTITAS SOSIAL : Studi Kasus Tren Penggunaan Tumbler Mahal Sebagai Simbol Status Sosial Oleh Remaja Tangerang Selatan*.
- Ridha, W. (2014). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA EXCELLENT ISLAMIC SCHOOL (EXISS) A BA TA SRENGSENG JAKARTA BARAT*.
- Rifa'i, A., & Purwoharyono, D. (2023). Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan I Tahun 2023. In *Perkembangan Ekonomi INDONESIA DAN DUNIA* (Vol. 7, Issue 1, p. 12).
- Ruskianti, Rostin, Baheri, Rosnawintang, Manat, R., & Nur, A. (2023). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KINERJA USAHA DI KOTA KENDARI:(Studi Kasus Usaha Kuliner). *JPEP (Jurnal Progres Ekonomi ...*, 8,

- Saputra, R. M. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Sasmiharti, J., & Karyati, E. (2024). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2020-2021 (Literature Review). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(6), 3354–3360. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i6.3380>
- Septiano, R., Sari, L., Sumatera, W., & Buana, U. M. (2021). *DETERMINATION OF CONSUMER VALUE AND PURCHASE DECISIONS: ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, LOCATION, AND*. 2(3), 482–498.
- Setyaningsih, S., Faisal, N. Z., Lucahya, A., & Janah, N. (2025). *Hubungan Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Tuku: Studi Akuntansi Konsumen*. 3.
- Sholikhan. (2015). *SEKOLAH TERHADAP KEPUASAN SISWA Sholikhan*. 155–171.
- Sibagariang, T. A. (2014). *Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Dairi 2010 - 2014*.
- Silahi, M. M. R., & Hartini, R. (2021). *PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE” (KASUS PADA MAHASISWA YKPN YOGYAKARTA*. 2(2), 139–156.
- Simangunsong, M. R., & Morina. (2021). *PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN*. 1, 131–149.
- Sinolah, & Masruro. (2015). *PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN (Servqual ± Parasuraman) DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN SEHINGGA TERCIPTA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen)*. 45–64.
- Soelistio, Y. (2016). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS*

- LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG JASA PAKET POS INDONESIA (Studi Pelanggan Pos Indonesia di Universitas Negeri Yogyakarta).*
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d* (Issue January).
- Suti, I. (2010). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi*, 98.
- Tatia, S. N., Purnomo, B. B., Heriyadi, & Saputra, P. (2023). *INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON PIZZA HUT CUSTOMER SATISFACTION MEDIATED BY PURCHASE DECISION*. 12(04), 1889–1901.
- Taufan, M. (2019). McDonald's Sebagai Aktor Pembentuk Fast Food Branding Ala Amerika di Indonesia. *Repository Universitas Jember Universitas Jember*, 1–54.
<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/91127>
- Tiufany, B., & Lina. (2024). *THE INFLUENCE OF STORE IMAGE , STORE ATMOSPHERE AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS AT SMARTPHONE RETAIL STORES IN PEKANBARU*. 2(1), 2832–2841.
- Tjiptono, F. (2023). *Service , Quality & Satisfaction*. March.
- Usmi, A. (2022). *PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ONLINE FOOD DELIVERY ORDER DI DKI JAKARTA (Studi kasus : GoFood dan GrabFood)*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63571/2/AMRI-USMI-FST.pdf>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4.0* (Issue August).
- Wardhana, A., Susanto, C. P., Setyawati, Y. C., & Pancawati, A. P. L. N. (2022). *Consumer Behaviour Essence, Position & Strategy*. February.
- Warjiyo, P. (2022). *KAJIAN KEBIJAKAN PUBLIK: MEMPERKUAT SINERGI UNTUK MENJAGA STABILITAS DAN MENDORONG MOMENTUM PEMULIHAN EKONOMI YANG INKLUSIF DI ERA DIGITAL PENERBIT Pengurus Pusat Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI)*. www.isei.or.id
- Wartono, T., & Firmansyah. (2016). *Analisis Pertumbuhan Dan Perubahan Struktur*

- Ekonomi Produk Domestik Regional Bruto (Pdrb) Kabupaten Blitar 2008-2011*. 4(1), 1–23.
- Waty, L., Syawaluddin, & Okta, A. M. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek PT ALFA SCORP II MARELAN MEDAN*. 8(1).
- Wicaksono, A. G. (2019). *PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada pelanggan CFC Ramai Mall Yogyakarta)*. 2019.
- Wijatmoko, S. (2023). Statistik sektoral pemerintah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2022. In *Statistik Sektoral DKI Jakarta Tahun 2023* (p. 32).
- Yoebrilianti, A. (2018). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABELMODERATOR (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial*. 8, 20–41.
- Yurita Asra, Makmur, A. A. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir pengaraian*. 1–10.
- Yusa, D. V. (2015). Pengaruh motif rasional dan motif emosional terhadap keputusan pembelian ponsel blackberry di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 9(2), 97–111.
<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/40>
- Zai, M. K., Harefa, I., Zalukhu, Y., & Duha, T. (2024). *Pengaruh Brand Awareness dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Butik Perhiasan Emas Sararaholi Gunungsitoli baik media online maupun media elektronik . Kini media online tidak hanya digunakan*. 3, 251–264.