

## REFERENCES

- Abdurrahman, N. H. (2020). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: Inovasi Pratama Internasional.
- Arifin, S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. (2022). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Prakti*. Jakarta : Rineka Cip.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bahri, K. N. (2023). *Langkah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk Umkm Fesyen Hijab*. Jakarta: Rizmedia Pustaka Indonesi.
- Darado, S. A., Mangerongkonda, M. I., & Siahaan, R. J. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tempat Foto Copy Partidol Kota Sorong. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, Vol. 1(3), 293-305. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jrim-widyakarya/article/download/818/864/2850> .
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). The Effect Of Distribution And Product Quality Toward Purchasing Decisions In PT Mulia Makmur Lestari. *Jurnal EMBA*, Vol. 8(3), 44-53. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/29413/28550> .
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur*. Yogyakarta: Deepublish.
- Handayani, L. T., & Asmuji. (2023). *Statistik Deskriptif*. Jember: UM Jember Pres.
- Hasan, A. (2020). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center).
- Herawati, H., & Muslikah. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2 (1), 17-5. <https://uia.e-journal.id/Kinerja/article/view/794>.

- Juliana, Pramezwarly, A., Djakasaputra, A., & Tarigan, S. A. (2022). Dasar-dasar Pemasaran. Bojong: NEM.
- Kotler, P. (2020). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing Management. New: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kusuma, I. G. (2023). Kontruksi Kepuasan untuk Loyalitas Pelanggan Konsep, Skala dan Aplikasi. Bali: Intelektual Manifes Media.
- Laksana, F. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mas'adi. 2020. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ulang PT. Auto 2000 Bintaro. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol, 7 (1).
- Meilissa. (2021). Pengaruh Personal Selling, Sales Promotion Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Superindo Karya Gemilang Batam. Universitas Putera Batam .
- Natalia, C., Guard, B., Mirza, D. F., & Harahap, N. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan Dan Kepercayaan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sukses Maju Bangunan Medan. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), Vol 5(1), 839-851. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/4196>.
- Saleh, Y. M., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies. Makassar: Sah Media.
- Samsiyah, S., Nashruddin, L., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., Zukar, M., et al. (2022). Perilaku Konsumen. Sumedang: Mega Press Nsuantara.
- Santoso, S. (2019). Mahir Statistik Parametrik. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sayyid, M. (2020). Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi. Sidoarjo: Zifatama Jawar.
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Bogor: Kencana Prenada Media Group.
- Siswanto, R., & Qomariya, S. N. (2021). Identifikasi Saluran Distribusi Kubis Bunga (*Brassica oleracea*) di Sub Terminal Agribisnis Ngoro Kabupaten Jombang. Jombang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sitio, A., & Suyatmi. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada

Kepuasan Pelanggan Pt. Widodo Makmur Perkasa. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 3 (1), <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/indikator/article/view/5171>.

Sudaryono. (2020). . Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementa. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.

Suryanto, M. H. (2019). Sistem Operasional Manajemen Distribusi. Jakarta: Grasindo.

Tegar, N. (2019). Panduan Lengkap Manajemen Distribusi. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Yogyakarta: Andi.

Tjoe, S., Siska, A. J., Scorita, K. B., Saleh, L., Syarbiah, S., Nurfitriyenny, et al. (2022). Manajemen Pemasaran. Sukoharjo: Pradina Pusta.

Wahjono, S. I. (2020). Pengantar Bisnis: Edisi 2. Jakarta: Prenada Media.

Widiarto , H., & Samanhudi, A. (2022). Transmisi dan distribusi. Lombok: P4I.

Wijaya, Sofiyan Hadi. 2019. Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol, 6 (1).  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/605>