

## REFERENCES

- Antonny, E., Fitriano, A., & Wahyuni, N. S. (2024). *Purchasing Decisions In PT Multi Medika Labolatory Pengaruh Kepuasan Pelanggan , Distribusi Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Multi Medika Labolatory*. 5(1), 2918–2927.
- Aprianti, & Erlina, N. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Alat Tulis Putra Kembar. *MDP Student Conference, 1 No 1*, 254–260.
- Bahalwan, F., & Indayani, L. (2022). The Effect of Product Innovation, Brand Image, and Utilization of E-Commerce on Consumer Purchase Decisions. *Indonesian Journal of Innovation Studies, 13(2)*, 6–14.
- Darma, Budi. (2022). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Darsono & Husda, P. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari. *JIM* , 24- 33.
- Dirwan, D., & Asniwati, A. (2024). *Keputusan Pembelian ditinjau dari Harga , Promosi , Inovasi Produk dan Kualitas Produk*. 20, 363–373.
- Fajar, A., Purmono, B. B., Afifah, N., Barkah, & Marumpe, D. P. (2024). *Effect of product innovation on purchase decisions mediated by brand image at PT Pegadaian*. 13(1), 481–495. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Ferine, Kiki Farida and Yuda. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashio di Situs Online Shop*. Yogyakarta: Selat Media Parners.
- Firmansyah, M. Anang. (2023). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Garjito, B., Triono, E., & Herman, H. (2022). the Influence of Price and Product Innovation on Purchasing Decisions. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(5), 355–364. <https://penajournal.com/index.php/PENANOMICS/>
- Hidayat. (2021). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisa Data*. Jakarta: PT. Salemba Medika.
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values, 2(2)*, 373–385.
- Khair, H., Tirtayasa, S., & Hartati, I. J. (2022). Effect Of Personal Selling And Distribution On Marketing Performance Moderated By Regulation (Case

- Study At PT. Kimia Farma Trading, Cab. Medan). *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2012–2020. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/515>
- Lalu Izam Hikmawan, & Ismunandar Ismunandar. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Cafe Beegining. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 163–180. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.226>
- Nurochim, A. Z., Suroija, N.-, & Supaya, S.-. (2022). Analysis of Perceived Value and Social Influence as an Influence of Consumer's Purchase Decision Iphone Users in Semarang City. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 8(2), 107. <https://doi.org/10.32497/jobs.v8i2.4102>
- Putri, N. U., & Ernawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Al-Iqtishad*, 1(2), 339–345. <https://doi.org/10.24014/jiq.v17i2.10602>
- Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2020). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. [http://eprints.ubhara.ac.id/1489/1/Buku Penguatan Strategi Pemasaran %28Triweda%29.pdf](http://eprints.ubhara.ac.id/1489/1/Buku_Penguatan_Strategi_Pemasaran_%28Triweda%29.pdf)
- Rohman, A., Asmara, R., & Andriani, D. (2023). The Effect of Multidimensional Consumer Perceived Value on Customer Satisfaction and Purchase Intention of Organic Food. *Habitat*, 34(2), 213–224. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2023.034.2.19>
- Sasmita, S., Wijayanto, H., & Hartono, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Sepeda Merk Polygon Di Kabupaten Ponorogo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 458–469. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.72>
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 5(2), 133-145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>
- Sentosa, A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Sosial*. Bojong: NEM.
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2021). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. *Performa*, 5(3), 252–261. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1776>
- Sudaryono. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Sujarwo, J. E. A., & Matrutry, E. S. H. R. (2021). The Effect Of Product Promotion And Innovation On Purchase Decisions At Prices As Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 200–206. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.33646>
- Sunarjo, Wenti, Ayu. (2024). Buku Ajar Manajemen Inovasi. Bojong: Nasya Expanding Management.
- Supriyadi (2020). Metodologi Penelitian & Teknik Penulisan Karya Ilmiah. Bojong: NEM. Tahyudin, Imam, Andri D.R, Rahman, R., Waidi and Yusyida, M.I. (2022). *Technopreneurship*. Banyumas: ZT Corpora.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Violin, V., Mawardi, S., & Nasriani, N. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Distribusi terhadap keputusan pembelian minuman Coca-Cola di Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 2(2), 205–213. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.85>
- Yahya, L. M., Ramadhani, P., Rahmi, M., & ... (2023). Pengaruh Adanya Promosi Wardani, 2020. Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah, Jakarta: Raja Grafindo. Persada,
- Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Cadiak. *Innovative: Journal Of ...*, 3, 4057–4069. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2575%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/2575/1837>
- Yahya, M., Siangka, A. N., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2023). Volume . 20 Issue 4 ( 2023 ) Pages 614-621 *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan ISSN: 0216-7743 ( Print ) 2528-1135 ( Online ) Pengaruh distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian beras premium di perusahaan umum bulog kantor cabang Mamuju T. 4(4)*, 614–621.