

REFERENCES

- Abdurrahman, N. H. (2023). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Indonesia: Pustaka Setia.
- Alma.B. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98-107.
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98-107.
- Arman, M. M. (2023). *Introduksi Manajemen Pemasaran: Dasar dan pengantar manajemen pemasaran*. Ld Media.
- Darsono, D. (2020). *Pengaruh Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT Mulia Makmur Lestari* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Fevriera, S., & Devi, F. S. (2023). Analisis produksi kelapa sawit Indonesia: Pendekatan mikro dan makro ekonomi. *JURNAL TRANSFORMATIF UNKRISWINA SUMBA*, 12(1), 1-16.
- Firdaus, A. Y. A., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum NU Berkah. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(6), 84-98.
- Firdaus, I. Z., Purwoko, P., & Setyawan, R. R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1466-1478.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Frisco. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian CPO pada PT. Sawita Pasaman Jaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka PRasetya VOL. 8 (1)*.

- Gadi, O. Y. A., & Iskandar, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Toko Dan+ Dan di Duta Harapan). *Ultim. Manag. J. Ilmu Manaj*, 12(1), 46-61.
- Halim, V., Butar-Butar, M., Susanto, J., Adhitya, S., Cutiara, J., & Gultom, R. (2024). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Tuahta Maju Ersada. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 4287–4295.
- Han, B., & Atik, T. (2022). Influence of purchase process, responsiveness, delivery, and security on Internet shopping intention. *Asia-Pacific Journal of Business & Commerce*, 14(1), 67-84.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Harwinda, A., & Ikhsano, A. (2022). Pengaruh Special Event Pembukaan ASIAN GAMES ke-18 Tahun 2018 terhadap Reputasi Ketua Panitia INASGOC. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 31-42.
- Hidayat, A. A. (2021). *Metode penelitian kesehatan paradigma kuantitatif*. Health Books Publishing.
- Hidayat, M. R., & Leandro, G. (2021) The Effect of Physical Evidence, Responsiveness, and Assurance on Customer Purchasing Decisions at PT. Asuransi Reliance.
- Hutahaean, F. W. (2023). *Pengaruh Reliability, Responsiveness Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Pada Pt. Anugrah Argon Medica Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Lancang Kuning).
- Irma and Saputra (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada..
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Princípios de marketing*. Bookman Editora.
- Kumoro, W. B., & Krisprimandoyo, D. A. (2023). The Effect of Service Quality, Reputation, and Perceived Price on Purchase Decisions with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Parents of Students at Ciputra School Surabaya). *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 13(2), 83-94.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.

- Mardiyani, D. L., & Martono, S. (2024). The Influence of Perceived Value, Product Accessibility, and Promoter Responsiveness on the Purchase Decision of Mobile Phones at SMS Shop Mijen Semarang. *JMBPreneur: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 4(02), 13-24.
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistika: (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Penerbit Andi.
- Panggalo, D. (2020). Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(1), 40-52.
- Raharjo, S., & Dito, A. H. (2023). Pengaruh promosi media sosial dan reputasi perusahaan terhadap keputusan pembelian produk virtual genshin impact. *Applied Research in Management and Business*, 3(2), 40-52.
- Rahman, Purnama, A., Widowati, W., & Putri, L. L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. *Jurnal Arastirma*, 3(1), 100–111.
- Rifqi Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Sarjana, S. P. (2022). The Influence of Trust, Reliability, Responsiveness, Web Design on Purchasing Decisions in E-Commerce.
- Schouten, F. S., Usvita, M., Arifin, H. A., Reken, F., Aswin, U. R., Putri, K. A. S., & Sanjayawati, H. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CV. Gita Lentera.
- Sentosa, A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Sosial*. Penerbit NEM.
- Sudaryono, S. P. (2022). *Komunikasi bisnis*. Prenada Media.
- Sugiharto, N. A., Nurhayati, N., & Madani, F. (2021). Pengaruh reputasi dan online customer review terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Survey pengunjung Tokopedia). *Pro Mark*, 11(2).
- Supriatna, A., & Muljadi, M. (2024). Pengaruh Responsiveness Dan Assurance Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Bus Trans Kota Tangerang Di Kota Tangerang. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 7(1), 10-30.
- Suryanto, M. H. (2021). Sistem operasional manajemen distribusi. *Jakarta: Grasindo*.

Sutrisna, E., Mm, C. M. T., Wahyu, D., & Billy Lazuardi, S. E. (2024). *Manajemen pemasaran*. Indonesia Emas Group.

Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 371-377.

