

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdiannur, A., & Sukimin, S. (2019). Celebrity Endorser (Bintang Iklan) sebagai Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Membeli Oli Fastron di Kota Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 15–28.
- Achmad, Heryawan, S., Gusnadi, & Dendi. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pastry Bakery (Study Kasus Pada Toko Havana Bandung). *National Conference of Creative Industry*, 123–144.
- Agung, R., Wahyuningsih, W., & Mubaraq, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Oli Pt. Jpi Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(3), 213–221.
- Alimin, Erma, Afriani, Diana, Agusfianto, Clara, A. A., & Umiatun, S. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)*. Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Almira, A. & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(02), 253.
- Amane, & Laali, S. A. (2022). *Metode Penelitian*. Insan Cendekia Mandiri.
- Ansori, M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Arifah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Aziz, A. (2019). *Ekonomi Politik Monopoli*. Airlangga University Press.
- Blumberg, B., Cooper, D., & Schindler: (2014). *EBOOK: Business Research Methods*. McGraw Hill.
- BPS. (2021). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Provinsi dan Jenis Kendaraan (unit) 2020*.
- Dian Arlupi Utami, Moh. Samsul Arifin, Mahaza, Wenny Desty Febrian, Amalyah, Hadawiah, Titin Trimintarsih, Sukarman Purba, Trisnani Dwi Hapsari, Y. K. (2022). *Kewirausahaan* (p. 117). PT. Global Eksekutif Teknologi.

Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.

Ekonomi, W. (2021). *Kisah Perusahaan Raksasa: Idemitsu Kosan, Migas Terbesar Kedua Jepang yang Lagi Merugi*.

<https://wartaekonomi.co.id/read353934/kisah-perusahaan-raksasa-idemitsu-kosan-migas-terbesar-kedua-jepang-yang-lagi-merugi>

Leu, J. (2021). *Cases in Management Seri 2 (Kasuskasus Manajemen)* (2nd ed.). Penerbit Salemba.

Himansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy* (Q Media (ed.); 1st ed.). Penerbit Qiara Media.

Guloni, Fransiskus, Nababan, & Rosma. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Literasi Nusantara.

Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=O2BIEAAAQBAJ>

Hidayat, A. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis* (1st ed.). Insan Cendekia Mandiri.

Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.

Hurriyati, R., Tjahjono, B., Yamamoto, I., Rahayu, A., Abdullah, A. G., & Danuwijaya, A. A. (2020). *Advances in Business, Management and Entrepreneurship* (R. Hurriyati, B. Tjahjono, I. Yamamoto, A. Rahayu, A. G. Abdullah, & A. A. Danuwijaya (eds.)). London: CRC Press.

Jaris: (2021). *Manajemen Bisnis Syariah* (Miranti (ed.)). Penerbit Lindan Bestari. <https://books.google.co.id/books?id=j9NKEAAAQBAJ>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kotler, & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.

Kurniasyan, A. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing: Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Quadrant.

Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of product quality, price, and promotion to purchase decision. *IJoASER (International Journal on Advanced*

*Science, Education, and Religion*), 1(1), 9–22.

Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.

Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7(2), 91–104.

Musliar, I. F. (2021). *Manajemen Produk dan Merek*. Media Sains Indonesia.

Nengsih, T. A., Arisha, B., & Safitri, Y. (n.d.). *Statistika Deskriptif dengan Program R*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Ng. Siti Rapingah, Neneng Nurmalasari, Muhammad Ichsan Gaffar, & Alfalisyanto, (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Feniks Muda Sejahtera.

<https://books.google.co.id/books?id=oGJIEAAAQBAJ>

Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DENGAN PENDEKATAN STATISTIKA:(Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Penerbit Andi.

Prasojoadi, A. I., & Purnomo, B. (2013). Strategi Marketing Communications Mix Dalam Membangun Brand Image Produk di Hotel Sahid Jaya Solo. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(2), 26–50.

Purwadinata, S., & Batilmurik, R. W. (2020). Pengantar Ilmu Ekonomi: Kajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian. In *Malang: CV Literasi Nusantara Abadi* (1st ed.). CV Literasi Nusantara Abadi.

Purwandari, S., Purnomo, S., & Adha, W. M. (2022). Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital). In Hartini (Ed.), *Media Sains Indonesia* (1st ed.). Media Sains Indonesia.

Qomariyah, A. F. (2022). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Qiara Media.

Rahayu, B., Arrasyid, M. H., & Nurhayati, W. (2021). Harga, Promosi, Dan Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan. *NiCMA: National Conference Multidisciplinary*, 1(1), 327–335.

Rahmawati, M. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing ???*

(Panduan bagi Peneliti Pemula). Universitas Mulawarman.  
<https://books.google.co.id/books?id=-3KcEAAAQBAJ>

- Rohmatun, Y. (2020). *Ensiklopedia Sistem Koloid dan Senyawa Hidrokarbon* (D. S. Umi Widuri (ed.); 1st ed.). Alprin.
- Royan, F. M. (2013). *Smart Launching New Product*. Elex Media Komputindo.
- Sahri, P., Purba, B., Sudarso, A., Saragih, L., Simarmata, & Munthe, R. N. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Sawlang, (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Samaga (2019). Perception Analysis And Consumer Behaviour On Purchasing Shell Helix Lubricate Oil Product By PT. Tira Wira Usaha. *British Journal of Marketing Studies (BJMS)*, 7(4), 59–75.
- Subagia, M. R., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Adidas Di Bandung. *Proceedings of Management*, 7(1), 353.
- Suleman D. (2022). Manajemen Pemasaran di Era Digital Konsep dan Strategis. *In Insan Cendekia Mandiri*. Insan Cendekia Mandiri.
- Utama, I. J., Sembiring, (2021). *Konsep Dasar Ekonomi Pangan Dan Gizi*. Media Sains Indonesia.
- Wahyudin, Febri Rismaningsih, Ul'fah Hernaeny, M. P., Erwinda Fenty Anggraeni, Fauziah Astuti, Bergita Gela, Eka Hendrayani, Yessi Oktavia, S. S., I Putu Tedy Indrayana, & Diah Oga Nusantari (2022). *Pengantar Statistika 2*. Media Sains Indonesia. [https://books.google.co.id/books?id=VHN\\_EAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=VHN_EAAAQBAJ)
- Widodo, G. D., & Marchyta, N. K. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron di Kota Kupang. *Agora*, 9(2).