

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Kuliner Dengan Pendekatan SERVQUAL. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), 33–39.
- Amin, N. F. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Ariyanto, A. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Knanga Kuliner Depok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(4). <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.907>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penyediaan*.
- Cahaya, Ferry, Y., Narwastu, Ivanna, C., & Winarti, E. (2023). *Keputusan Pembelian*. 1–23.
- Chen, X. X., & Slade, E. (2025). Theory of Planned Behaviour Participation. In *TheoryHub Book*.
- D.B, Agustiawan, A. N. (2021). *EXPERIENTIAL MARKETING, SALES PROMOTION, AND PRICE DISCOUNT ANALYSIS ON ELECTRONIC PRODUCT BUYING DECISION*. 5(2017), 78–89.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinele, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Erika, T., Tinneke, M., Tumbel, M., Program, J. V. M., Ilmu, S., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado. *Productivity*, 2(3), 203–207. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34553>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran* (1st ed.). Deepublish.

- Fikri, R. M. M., & Sukresna, I. M. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di Restoran Torimoshi Yakitori Bar Semarang. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 4456. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2827>
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Aziz, Pagiling, S. L., Natsir, I., Munfarikhatin, A., Simanjuntak, D. N., HUatgaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian. In *Yayasan Kita Menulis*. [https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa %2C Buku Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian.pdf](https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4882/1/Anisa%20BukuDasar-dasarStatistikauntukPenelitian.pdf)
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Haryono, E., Slamet, M., & Septian, D. (2023). Statistika SPSS 28. *PT Elexmedia Komputindo. Jakarta.*, 1–23. Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Hikolo, L., Taan, H., & Juana, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restaurant Tiara Di Kota Gorontalo. *Jambura*, 6(1), 111–117. <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/11330>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5).
- Mandak, T. E., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado*. 2(3), 1–23.
- Paendong, M., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 387–395.
- Rahman, A., Wirastikasari, I., & Fitriani. (2022). Metode Penelitian Ilmu Sosial. In *Asik Belajar* (Issue 10).

- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.136>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).
- Sari, R. H., Arisanti, D., Kristiawati, I., & Mudayat. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA FORE COFFEE KOTA SURABAYA*. 01(02).
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tarumingkeng, R. C. (2024). *Grand Theory, Middle Theory*. 1, 37–48.
- Wahyudi, Avianti, W., Martin, A., Jumali, Andriyani, N., & Prihatiningsih, D. (2023). Menentukan Populasi dan Sampling. In *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT.”* <https://www.researchgate.net/publication/373137498>
- Wardhana, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma, July*, 1–11. http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*.