

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Adelia Sekar Arum, A. E. (2020). PENGARUH INOVASI PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN LOKASI. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, Volume 1, Nomor 1, pp. 28-38.
- Afandi, P. (2016). *Concept & Indicator Human Resources Management For Management Research*. Deepublish: Yogyakarta.
- Alma, B. (2018 ). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran jasa* . Bandung : Alfabeta .
- Anindya, R. (2020). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA “SAMI REMEN”. *IQTISHADequity*, Vol. 2, No. 2,hal: 60-68.
- Ansori, F. L., & Andari, T. T. (2016). Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Di Kota Bogor. *Jurnal Visionida, Volume 2 Nomor 2, Desember 2016, 25-35*.
- Aprilisyana, N. (2022 ). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Amalia di Kabupaten Tegal. *Business Preneur*, 4(1), 1-14.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, L. R. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asrizal Efendy Nasution, d. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *PUSKIIBI*, Vol 1, No 1, hal 194-199.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bria, K. D., & Gemina, D. (2017). Pengaruh Harga Jual Produk dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida, Volume 3 Nomor 2, Desember 2017, 25-35*.

- Chaterina, I. (2016). PENGARUH GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E'CHICK. *Jurnal Performa*, VOL 1 NO 3, hal : 339-348.
- Cummins, J., & Mullin, R. (2014). *Sales Promotion*. Jakarta: PPM.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Zendry, C. (2015). *Manajemen Inovasi-Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Dhewanto, W., Mulyaningsih, H. D., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Ameka, I. (2014). *Manajemen Inovasi-Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Elok, C. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Pada Toko Dunia Boneka Medan*. Skripsi thesis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 1*, 17-31.
- Faroh, W. N. (2017). ANALISA PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *KREATIF*, Vol 4, No 2, hal:3-24.
- Firdausi, I. (2016). *Pengaruh Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Dengan Menu Unik*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fitrotin, H., Muttaqien, F., & Fauziah, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang. *Journal Of Organization and Business Management Vol 3 No 1*, 37-41.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can!-Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS, Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gitusudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFY.

- Griffin, R. W. (2013). *Management*. Western: Cengage Learning.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara: Jakarta.
- H. J., Jay, & Barry, R. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat: Jakarta.
- Handoko, B. S. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, T. H. (2015). *Manajemen, Edisi 2*. BPFE: Yogyakarta.
- Hanifah, P. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Thesis: Universitas Malang.
- Harini, S. (2019 ). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi-Di era 4.0*. Bogor : UNIDA PRESS.
- Hidayat, S. A. (2018). The Effect of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention. *International Journal Of Accounting, Finance, And Economics*, vol.1, no.1, hal:1-6.
- Hulima, J. S., Soepono, D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol. 9 No. 2* , 1167-1177.
- Indah, H. A. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI KOTA TANGERANG SELATAN. *Perspektif*, Vol 16, No 1, hal: 39-49.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing. Edisi 15*. Global Edition: Pearson.
- Kotler, P., & Bes, F. T. (2004). *Lateral Marketing-Berbagai Teknik Baru Untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Bes, F. T. (2014). *Lateral Marketing-Berbagai Teknik Baru Untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kristinae, V. (2018). Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan. *Journal stiedewantara Vol 13, No 1, 25-30*.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maarif, M. S., & Kartika, L. (2017). *Manajemen Perubahan & Inovasi: Upaya Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. Bogor: IPB Press.
- Machfoedz, J. E. (2015). *Kewirausahaan Metode, Manajemen dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Mada Faisal Akbar, U. B. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ALFAMART CABANG CIKOKOL TANGERANG. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol 2, No 2, hal 280-286.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mangkunegara, W. (2015). *Effect Of Training, Competence, And Discipline On Employee Performance On Company*. PT Asuransi Bangun Askrida: Jakarta.
- Miati, I. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handycrafts Pada Sentra Kerajinan Bambu Mnagkubumi Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Vol 3 No. 2, 19-34*.
- Nasution, M. N. (2017). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management* . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa (Development Research of Management) : Jurnal Manajemen 11(2), 265-289*.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- PRASETYA, A. (2020). *PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM DI KOTA MEDAN*. Tesis: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA.
- Purwanti, Sarwani, & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Unilever Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, vol. 7, no. 1, hal : 24-31.
- Putri, A. M. (2022). *Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Toko Istana Boneka Di Jl.Sunda Bandung*. Skripsi: SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS.
- Rahayu, S., Oktrima, B., & Qurbani, D. (2020). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Tas Anyaman Pada UMKM Di Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Senantias Vol 1 No 1*, 1401-1410.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologo Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Rohman, A. (2017). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Rolla Jember. *Jurnal of Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember, 2017*, 01-11.
- Sangadji, Etta, M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schermerhorn, J. R. (2010). *Introduction to Management*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons.
- Schiifman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Customer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice.
- Sedarmayanti. (2017). *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja*. Mandar Maju: Bandung.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Prenamedia Group: Jakarta.
- Setiyanto, A. I. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 5, no.1, hal : 105-110.

- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Silaban, S. E., Elisabets, & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. *JRAK-Vol. 5 No. 2, September 2019 ISSN : 2443-1079*, 209-228.
- Siregar, R. R. (2021). *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Najogi Maker*. Skripsi thesis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.
- Srikinasih, M., & Samsuri. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Percetakan pada PT. Balebat Dedikasi Prima Bogor. *Jurnal Visionida, Volume 4 Nomor 2 Desember 2018*, 67-78.
- Stanton, W. J. (2015). *Prinsip Pemasaran Alih Bahasa : Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- Stephen, R. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat: Jakarta.
- Sudarijati, Andari, T. T., & Rosyada, R. (2020). Minat Beli Ulang Berbasis Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk (Kasus pada Sate Maranggi SN4444 Tajur Bogor). *Jurnal Visionida, Volume 6 Nomor 2, Desember 2020*, 52-63.
- Sudarsana, I. P., & Yulianthini, N. N. (2021). Dominasi Harga dan Promosi serta Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, Vol. 11 No. 1, Januari-April 2021*, 60-68.
- Sudarsana, P. A. (2021). Dominasi Harga dan Promosi serta Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, vol. 11, no.1, hal: 60-68.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. (2015). *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press: Yogyakarta.
- Sulistiyawati, K. S. (2019). PERAN INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN. *E-Jurnal Manajemen*, vol.8, no.10, hal: 6367-6387.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama: Bandung.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Buku Seru.
- Supriyono, V. A. (2019). The effect of non-financial performance on financial performance moderated by information disclosure. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, vol. 22, no. 2, hal: 248-263.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, G. J. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Samsung Di Manado. *Jurnal EMBA Vol. 9 No. 3 Juli 2021*, 919-928.
- Susanto. (2014). *Manajemen Strategi Komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- Sutanto, A. A. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAISON NOB. *Jurnl Manajemen dan Start-Up Bisnis*, VOL 3, NO 2, hal: 250-259.
- Tambunan, E., & Siregar, M. (2018). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Azzahra Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen, Vol. 3 No. 1 2018 ISSN : 2579-759X*, 208-215.
- Tanjung, A. H. (2014). *Akuntansi, Transparansi dan Akuntabilitas Keuangan Publik*. Yogyakarta: BPFE UGM.

- Tarigan, J., Sihotang, B. F., Kaliaga, K., Pangabean, S. A., & Gulo, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Global Manajemen-Prodi SI Manajemen FE UDA Vol. 9 No. 2 ISSN : 2088-8325*, 127-141.
- Terry, G. R. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi .
- Tjiptono, F., & Anastasia. (2016). *Pemasaran-Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trasiwi, S. E. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Cutra Merek Sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi: Universitas Sanata Dharma.
- Wartono, T., & Sudaryana, B. (2020). The Assesment Leadership Style, Competence, Motivation, and Compensation to Employee Performance. *Indonesian Journal of Social Research*, 76-87.
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja (5 ed.)*. Rajawali Pers: Depok.
- Wibowo. (2019). *Manajemen- Dari Fungsi Dasar Ke Inovasi* . Depok : Rajawali Pers.
- Wibowo, A. I. (2017). *Sari-Sari Pemasaran Dan Aplikasinya Di Dunia Bisnis*. Jakarta: Prasetya Mulya Publshing.
- Wicaksono, L. F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ikan Tuna Kaleng PT. Samudra Mandiri Sentosa di Kota Bitung. *Productivity*, Vol 2, No 7,hal: 537-543.
- Widiastini, A. d. (2021). Pengaruh Harga dan Inovasi Produk Serta Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kain Endek di Pasar Semarapura. *Bisma*, 7(1), 97-105.
- Winardi, J. (2016). *Manajemen Perubahan*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Worek, S. E., & Sepang, J. L. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian PT. Pegadaian (Persero) Karombasan. *Jurnal EMBA Vol.9 No. 2*, 404-412.
- Yoder, D. (2015). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.



- Yulianthini, I. P. (2021). Dominasi Harga dan Promosi serta Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol. 11 No. 1, hal: 60-68.
- Yulianti , F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Yusda, D. D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House Of Shopaholic Di Bandar Lampung. *Jurnal TECHNOBIZ Vol. 3, No. 3*, 14-18.
- Zaelani, A., & Maulana, L. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Walls Cornetto Disc Chocolate Di Kota Bogor. *Jurnal Visionida, Volume 3 Nomor 2, Desember 2017*, 44-54.