

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA TOMORO COFFEE PONDOK CABE**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

**MYRA RAHMADIAN**

**24210113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI  
JAKARTA  
2025**

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*Melamban bukanlah hal yang tabu. Kadang itu yang kau butuh, bersandar hibahkan bebanmu. Tak perlu kau berhenti kurasi Ini hanya sementara, bukan ujung dari rencana.*

*(33x – Perunggu)*

*Telah kusadar hidup bukanlah perihal mengambil yang kau tebar. Sedikit air yang kupunya, milikmu juga bersama.*

*(Membasuh – Hindia)*

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kekuatan yang tak henti-hentinya mengiringi setiap langkah dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, saya mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua terbaik, Ayah Triyono bin Sumo Kadiran dan Ibu Novi Mulhayati binti Almarhum Imamni Hayat, terima kasih atas cinta, doa, dan keyakinan kalian yang tak pernah padam. Kalian adalah alasan terbesar saya untuk terus melangkah.
2. Adik-adik tercinta, Alana Varian, Azka Hana Labibah, dan Kayyisah Rafa Rofifah, yang dengan kehadiran dan semangatnya membuat saya merasa tidak sendiri. Terima kasih atas canda dan dukungan yang berarti.
3. Bapak/Ibu Dosen di Universitas Nusa Mandiri, khususnya Bapak Harimulyadi, S.M., M.M. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan kesabaran selama proses perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini.

4. Sahabat *real life* saya, Wardah Fadilah dan sahabat *online* saya Muhammad Rizky Ardiansyah. Terima kasih banyak karena sudah selalu menemani saya dan setia mendengarkan *yappingan* dan sambatan saya. Serta teman-teman tercinta yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas tawa, semangat, dan kebersamaan yang membuat perjalanan ini lebih ringan dan bermakna.
5. Semua orang yang pernah datang dan pergi di hidup Saya tanpa terkecuali. Terima kasih banyak atas semua pengalaman serta pembelajaran yang kalian berikan. Semoga kalian selalu diberikan kebahagiaan.
6. Diri saya sendiri, terima kasih karena telah memilih untuk terus berjalan, meski jalannya tak selalu mudah. Semoga bisa terus tumbuh dan memberi manfaat bagi orang lain.
7. Manajemen dan staf Tomoro Coffee Pondok Cabe, atas bantuan, keramahan, dan partisipasinya dalam penelitian ini.

Semoga karya ini tidak hanya menjadi pemenuhan akademik, tetapi juga membawa manfaat dan menjadi awal dari langkah yang lebih besar.

*Tidak ada yang benar-benar selesai, karena setiap akhir hanyalah awal dari*

*kisah baru.*

# LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Myra Rahmadian  
NIM : 24210113  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: "**Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe**", adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Nusa Mandiri dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 01 Agustus 2025  
Yang menyatakan,



Myra Rahmadian

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Myra Rahmadian  
NIM : 24210113  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah kami yang berjudul: "**Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolaannya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 01 Agustus 2025  
Yang menyatakan,



Myra Rahmadian

# **LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

## **PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Myra Rahmadian  
NIM : 24210113  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jenjang : Sarjana (S1)  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 20 Agustus 2025

### **PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

Dosen Pembimbing : Hary Mulyadi, S.E., M.M.

### **D E W A N P E N G U J I**

Penguji I : Muhammad Abdullah, S.E., M.M.

Penguji II : Wahid Akbar Basudani, S.E., M.M.

## **LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA**

Tugas Akhir/Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe**” adalah hasil karya tulis asli Myra Rahmadian dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama	:	Myra Rahmadian
Alamat	:	Jl. Cabe V No. 77 RT. 002 RW. 005 Pondok Cabe Udk, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten.
No. Telp	:	089618828672
E-mail	:	myra.rahmadian@gmail.com

**UNIVERSITAS  
NUSA MANDIRI**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta nikmat kesehatan dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul:

“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe”

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Nusa Mandiri. Proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari berbagai tantangan, kendala, dan dinamika, baik dari segi waktu, tenaga, maupun pikiran. Namun, berkat doa, dukungan, dan bantuan dari banyak pihak, akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, atas segala doa, semangat, kasih sayang, dan dukungan moril maupun materiil yang tak pernah putus selama penulis menempuh pendidikan.
2. Bapak/Ibu Dosen Universitas Nusa Mandiri, khususnya kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Pihak Manajemen Tomoro Coffee Pondok Cabe, yang telah memberikan izin dan kerja sama selama proses penelitian berlangsung.

4. Teman-teman seperjuangan dan sahabat-sahabat penulis, yang selalu memberikan dukungan moral, membantu dalam proses diskusi, serta menjadi penyemangat di tengah rasa lelah dan jemu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari sisi isi maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depannya.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi pembaca, pihak kampus, dan pihak-pihak yang berkepentingan di bidang yang relevan.

Depok, 01 Agustus 2025



UNIVERSITAS  
NUSA MANDIRI

Penulis

## ABSTRAK

**Myra Rahmadian (24210113), Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe**

Bisnis kopi terus berkembang dan semakin banyak diminati oleh masyarakat, termasuk Tomoro Coffee Pondok Cabe. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden yang pernah membeli produk di gerai tersebut. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu konsumen yang kebetulan datang dan bersedia mengisi kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Nilai R-square sebesar 0,625 menunjukkan bahwa model ini mampu menjelaskan 62,5% variasi dalam keputusan pembelian konsumen. Dari ketiga faktor tersebut, promosi menjadi yang paling berpengaruh. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran Tomoro Coffee perlu lebih fokus pada harga yang sesuai, promosi yang menarik, dan pelayanan yang baik agar konsumen tetap tertarik untuk membeli. Penelitian ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pengusaha lain yang ingin memahami perilaku konsumen di bisnis kopi.

**Kata kunci:** Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, PLS-SEM, Tomoro Coffee.

**UNIVERSITAS  
NUSA MANDIRI**

## ABSTRACT

**Myra Rahmadian (24210113), Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tomoro Coffee Pondok Cabe**

The coffee business is growing rapidly and becoming more popular among the public, including at Tomoro Coffee Pondok Cabe branch. This study aims to find out whether price, promotion, and service quality affect consumers' purchasing decisions. The research used a quantitative approach by distributing questionnaires to 96 respondents who had made a purchase at the store. The number of respondents was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. The sampling technique used was accidental sampling, which means the respondents were selected based on who happened to visit and were willing to fill out the questionnaire. The data was analyzed using the Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the help of SmartPLS software. The results showed that all three variables, price, promotion, and service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, both individually and together. The R-square value of 0.625 means the model can explain 62.5% of the variation in consumer purchase decisions. Among the three factors, promotion had the strongest influence. These findings suggest that Tomoro Coffee should focus more on fair pricing, attractive promotions, and consistent service quality to keep customers interested in buying. This research can also be useful for other business owners who want to understand consumer behavior in the coffee industry.

**Keywords:** Price, Promotion, Service Quality, Purchase Decision, PLS-SEM, Tomoro Coffee.

UNIVERSITAS  
NUSA MANDIRI

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, D. C. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI Acces (Akses Kereta Api Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(2), 1–13.
- Apriliansyah, R., & Putriwarganegara, T. L. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Donat Jeko di Kotabumi. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 1215–1229. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2951>
- Arafah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Penerbit PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arisandra, M. L., Kisno Saputra, R. A., & Khoiriyah, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Tenun Ikat Di Cv. Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 124–133. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12511>
- Balhmar, M. A., & Khuzaini. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4344>
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2020). *Financial Management: Theory & Practice* (16th ed.). Cengage Learning.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Coffee, T. (n.d.). *About Us*. Tomoro Coffee Indonesia.

Dailami, Thandzir, M., Mikasari, D. A., & Rezeki, S. R. I. (2024). ANALISIS PENERAPAN SOP OLEH WAITER/WAITERSS DI RESTORAN ANAMBAS BEVERLY HOTEL BATAM. *JURNAL MENATA*, 3(1), 9–18.

Fahrurrozi, M. (2023). *Entrepreneurship & Digitalisasi: Membangun Bisnis di Era 5.0*. Universitas Hamzanwadi Press.

Febriyanti, A., & Sungkono. (2024). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Barista Pada Kopi Dari Hati. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 175–184.

Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris Edisi 1. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. (1st ed.). Yoga Pratama.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5)

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

Jandrianto Patandianan. (2024). Strategi Manajemen Pengelolaan Peluang Bisnis F&B Sebagai Upaya Mengatasi Permasalahan Ekonomi Keluarga dengan Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(2), 199–216. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i2.1710>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.

Kurniawan, A. R. (2021). *Marketing 101 Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Penerbit Quadrant.

Lestari, A. F., Rohmah, N. S., Rambe, F., & Hudson, B. (2024). Literatur Review :

- Perspektif Konsumen Terhadap Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *SENMABIS – Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Lubis, B. F., Karenina, R., & Barus, I. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Sasada Kopi dalam Membangun Daya Saing di Industri Coffeeshop. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(1), 89–97. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v7i1.5929>
- Mahmudan, A. (2022). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Nadja, R. A., Halimah, A. S., & Hikmawaty. (2023). *PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PANGAN*. Penerbit NEM.
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon*.
- Nur, V. P. (2025). *Geber Ekspansi 1.000 Gerai Hingga Akhir 2025, Tomoro Coffee Fokus ke Kota Tier 2 & 3*. Kontan.Co.Id.
- Philip Kotler, Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Piay, R. N., Tamengkel, L. F., & Manoppo, W. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Manado Icon Convention Center. *Productivity*, 2(3), 38–43.
- Pujiwati, M., Dewi, R. S., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Oasis Bubble Milktea and Dessert Di Kota Magelang). *Jurnal Ilmu*

- Administrasi Bisnis*, 12(3), 729–737. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Putri, F. N. R., Zed, E. Z., Sagita, M., & Nayla, U. N. (2024). *Pemanfaatan Market Place GrabFood dan GoFood dalam Peningkatan Penjualan UMKM di Kecamatan Cikarang Barat*. 2.
- Rachmat, I., Ardiyanti, H., & Silitonga, K. M. (2024). Strategi Meningkatkan Minat Beli melalui Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup: Studi Fenomenologi Pada Kopi Kenangan Signature Mal Senayan City – Jakarta. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 15(01), 39–44. <https://doi.org/10.47007/jeko.v15i01.7637>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS. <https://www.smartpls.com/>
- Rostiana, K., Bawono, G. T., & Vieri, D. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Studi Kasus pada McDonald's. *Ebisnis Manajemen*, 2(4), 60–67.
- santinocoffee.co.id. (2024). Data Konsumsi Kopi di Indonesia Terbaru. Santinocoffee.Co.Id. <https://santinocoffee.co.id/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-terbaru/>
- Setiawan, R., Wibisono, D., & Purwanegara, M. S. (2022). Defining Event Marketing as Engagement-Driven Marketing Communication. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(2), 151–177. <https://doi.org/10.22146/gamajjb.63788>
- Sugiyono, P. D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (5th ed.). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sulistyo, T. D., Nurbaeti, N., Mariati, S., Mumin, A. T., & Muhardiansyah, D. (2024). Pengaruh Lokasi Strategis dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada RedDoorz near CBD Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 13(1), 1–11.

- <https://doi.org/10.52352/jbh.v13i1.1420>
- Susanti, A., Triana Dewi, P. S., & Adnyana Putra, I. W. Y. (2021). Desain Interior Coffee Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya : Generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.34010/wcr.v7i1.4383>
- Syahputra, M. I., & Lilis Sugi Rahayu Ningsih. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV.Satria Mobil Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, 1(2), 104–119. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.332>
- Syarif, M. I., Suhairi, & Aisyah, S. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing , Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement.* 30(01), 48–70.
- Taqdirul Alim, Zufriah, D., & Muhammad Isnaini Fathoni. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 12(1), 66–74. <https://doi.org/10.54131/jbma.v12i1.215>
- Tijjang, B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); 1st ed.). Penerbit Azka Pustaka.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.)). Penerbit Andi.
- 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.
- Trihastuti, A. E. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++* (1st ed.). Penerbit Deepublish.
- Uluwiyah, A. N. (2022). STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX)

dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In B. Kurniawan & S. Fatimah (Eds.), *Multi Pustaka Utama*. CV Multi Pustaka Utama.

Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup* (Nia Duniawati (ed.)). Penerbit Adab.

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing People, Technology, Strategy, Ninth Edition. In *Services Marketing: People, Technology, Strategy, Ninth Edition* (Issue January). <https://doi.org/10.1142/y0024>

