

DAFTAR PUSTAKA

- abadi, F., & Herwin. (2019). *Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta*. 4(1), 1–8.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence Of Product Quality, Service Quality And Price To Purchase Decision Of Sgm Bunda Milk (Study On Pt. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *A Multidisciplinary Journal*, 3(6), 261–272. <https://doi.org/10.21276/Sb>
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V1i2.2211>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Efnita, T. (2017). 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.Gajah Mada Cabang Padang*, 114–121.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, 17–32.
- Erpurini, W. (2019). *Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Él Royale Bandung*. 7(2), 181–188.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek ,Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43.
- Irawan, M. N. (2019). *Kabupaten Dharmasraya*. 141–148.
- Kristiyana, Sumarsono, & Diyagitama. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Artomoro Celluler*. 60.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Muhtarom, A., & Hari, D. (2018). *Abid Muhtarom_1038-1051*. 1038–1051.
- Napitupulu, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Ramayana Lestari Sentosa The Influence Of Price And Quality Of Products On Customer Satisfaction In Pt . Ramayana Lestari Sentosa*. 16(1), 1–9.
- Narbuko Cholid & Achmadi Abu. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawari, & Setyawati, S. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Tempat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Asih Jaya Babat*. 2(2), 174–188.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek

- Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374–1400.
- Prasetyo, R., & Arista, A. (2018). *Penerapan Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Oleh Konsumen Pada Pt Putera Karyasindo Prakarsa Batam 1*. 6.
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai Spss Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Rahayu, S., & Haryanto, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 64–76. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i01.674>
- Rizan. (2017). *The Influence Of Brand Image, Price, Product Quality And Perceive Risk On Purchase Decision*. 104.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6721–6740.
- Santosa, A. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Store Atmosphere , Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van*. 18, 143–158.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta.
- Sarasdianthi, N. K. A. M., Mananda, I. G. S., & Suardana, I. W. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Airasia Go. *Jurnal Ipta*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.24843/Ipta.2016.V04.I02.P02>
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Setianto, R., & Fuady, W. (2018). Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Yamaha Indonesia Motor Cabang Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, (45).
- Sueni, I., & Loebis, P. H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J & T Express Blangkejeren*. 4(2), 330–345.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiowati, I., & Heryenzus. (2018). *Jim Upb Volume 6 No.1 2018*. 6(1).
- Suri, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Syaifullah, & Mira. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan*

- Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam.* 6, 87.
- Trisnawati, N., & Pangestika, W. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Mayoutfit Cabang Bekasi.* 1(2).
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihotang, Ed.). Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect Of E-Commerce. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164.
- Wina, & Siagian, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Properti Pada Alpha Central Propertindo.* 3, 44–54.
- Wulandari, R. (2019). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan.* 2(1), 68–80.