

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tri Basuki. (2014). *penggunaan SPSS dalam statistik* (cetakan ke). Yogyakarta: DANISA MEDIA.
- Amalia, S. (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.
- Anwar Sanusi. (2011). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS* (pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Devy, S., & Anisa Br Sinulingga, N. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT. Rotella Persada Mandiri. *Journal of Management Science (JMAS)*, 1(1), 2684–9747. Retrieved from <http://exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS>
- Dudung Juhana. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 77–88. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Effect of Product Quality, Price and Promotion To Decision Purchase Nissan X-Trail Car in Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.
- Hardani, H. A. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF&KUATITATIF* (pertama). Yogyakarta: CV.PustakaIlmu Group.
- Heryenzus. (2017). Pengaruh Price Dan Product Quality Terhadap Consumer Purchase Decision Pada Pt Semen Holcim Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(1), 231595.
- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 19–31. <https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v1i2.126>
- Joshua, Davin & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 27–32.
- July, V. N., & Syafrida, N. (2018). *Promotion and Policy Influence Prices on Consumer Purchase Decision on Football Cafe Lubukpakam Nurul Syafrida*. 1(3), 64–69. Retrieved from <http://exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS>
- Kuncoro, M. (2013). *METODE RISET UNTUK BISNIS DAN EKONOMI*

(pertama). Jakarta: Jakarta:Erlangga.

- Kurnia, M. R., Djumali, & Istiqomah. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 33–42.
- M.Kurniawan, N. S. H. H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49. Retrieved from <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/298/302>
- Manik, S., & Rianti, B. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Sayur Broco Es Krim Di Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 162–175. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i1.104>
- MAYRA, G. (2020). THE EFFECT OF PROMOTION AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rioyono. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rustam, T. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman*. 3.
- Sandu Siyoto, M. A. S. (2015b). *Dasar Metodologi Penelitian* (pertama). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, M. P., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 2(1), 1–8. Retrieved from <http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/510>
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (pertama, ed.). Bandung: Alfabeta Bandung.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. . . (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Wibowo, A. E. (2012a). *Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian* (cetakan 1). Yogyakarta: Gava Media.
- Wiwi Kurnianingsih, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.