

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & H.M.Hermansyur. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan. 19(1), 64–72.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh desain produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. 1(2).
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4A), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Diyagitama, A. A., Sumarsono, H., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian HP Samsung di Artomoro Celluler. 3(1), 58–65.
- Edwar, D. M., & ristia dewi, E. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Gendruwo Di Sindujoyo Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 03.
- Gandhy, A., & Hairuddin, J. A. (2018). Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decision. 9(March), 9–18. <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i1.3901>
- Gerung, C. jacklin, Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229.
- Hartini, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora Issn 2476–9576*, 3(1), 404–418.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan. 3(1), 32–43.
- Listyawati, I. hastuti. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. *Journal Bisnis Manajemen Administrasi*, IV(2), 50–59.
- Marendra, I. G. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret). *Journal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 34–52.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV*, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.
- Nuryaman, & Christina, V. (2015). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, B., & Rismawati, Y. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma)

Cabang Dakota. 2(2), 57–65.

- Riyono, & Gigih, E. B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121. <https://doi.org/2252-826>
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. 3.
- Sari, E. N., & Agung, P. W. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyar. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 15(3), 26–33.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis (11th ed.)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widodo, D. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & raktis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.