

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). *Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan*. 19(1), 64–72.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.gajah Mada Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 231186.
- 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>
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DUNKIN'DONUTS BANDUNG. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(ISSN:2443-0633), 16–45.
- Kristiawati, I., GS, A. D., Sari, A. H., & Kusyanto, H. (2019). *CITRA MEREK PERSEPSI HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINI MARKET INDOMARET LONTAR SURABAYA*. 06(02), 27–36.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif*. UPP STIM YKPN.
- Mappesona, H., Ikhsani, K., & Ali, H. (2020). Customer purchase decision model, supply chain management and customer satisfaction: Product quality and promotion analysis. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 592–600.
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa*, 5(6), 512–521.

<https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>

- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019). Pengaruh advertising, sales promotion, dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok*, 9–25.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i1.543>
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan : Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436. file:///E:/JAMU RACIAN/Downloads/887-Article Text-1766-1-10-20220320.pdf
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Ramadhan, G. (2022). PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM, NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Barang Bekas Jaket Hoodie Di Buaran Spezial). *Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 10–24.
- Saputra, S., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA IPHONE (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 50(6), 85–95.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sriwardiningsih, E., & Bharata, A. (2016). *Pengaruh kualitas produk and promosi terhadap keputusan pembelian produk otomotif the effect of product quality and promotion toward purchase decision of automotive product*. 16(2), 119–125.
- Sugiyono. (2016). *Deskripsi Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Pada CV. Regina Motor Sumedang. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka baru.

Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN HAJI (MABRUR) BANK SYARIAH MANDIRI KCP. SAWANGAN KOTA DEPOK. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i1.64>

Tony, T. (2022). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK PT HALIMJAYA SAKTI MEDAN*.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Ketiga*. Bumi Aksara.

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Gava Media.