

DAFTAR PUSTAKA

Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>

Angelyn dan Nora Pitri Nainggolan. (2022). Pengaruh lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam. *Eco-Buss*, 4.

Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hokky Bersama Cabang Radio Dalam Jakarta Selatan, P. P., Nurindah Sari, G., Surya Rahmana, A., & Noviyanti, I. (2021). *The Influence of Product Attributes and Quality of Service on Purchase Decisions at PT Hokky Bersama Radio Dalam Branch, South Jakarta*. 01(2), 443–452. Retrieved from <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

Benhart Nainggolan dan Eka Mayastika Sinaga. (2022). *Promosi PT Asuransi Allianz life Indonesia di kota Tebing tinggi berbasis kepuasan nasabah* (M. Nursaimatussaddiya, SP., ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.

Didik Gunawan, Aiga Dwi Pratiwi, Yenni Arfah, B. H. (n.d.). *keputusan pembelian skincare SAFI berbasis media marketing* (M. Nursaimatussaddiya, SP., ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.

Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si. dan Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M. M. (2019). *Pemasaran Jasa(strategi mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.

Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

Fatimah Putri Anggraini, & Christina Menuk Srihandayani. (2020). Pengaruh Merek, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipa Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.2943>

Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 2598–2823.

Keputusan, T., Pada, P., Indomaret, P. T., & Unit, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>

Lailatus Sa'adah, SE., M. dan S. I. (2021). *Penerapan strategi customer relationship management pada CV. ZAM - ZAM* (Lailatus, ed.). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>

Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Jurnal TECHNOBIZ*, 4(2), 62–69.

Muh. Nur Eli Brahim, M. S. (2019). *Produk kreatif dan kewirausahaan akuntansi dan keuangan lembaga* (Venan Anantya, ed.). Andi.

Ninit Alfianika, M. pd. (2018). *metode penelitian pengajaran bahasa Indonesia*. Deepublish.

Okta Piyani dan Syahrani. (2018). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian merek Sony. *Borneo Humaniora*.

Padmanty, S., & Handayani, L. T. (2017). Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Surakarta. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, (2015), 185–190. Retrieved from <http://journal.ummg.ac.id/index.php/urecol/article/view/1373>

Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>

Rahayu, S. (2018). Pengaruh atribut produk terhadap sikap konsumen surat kabar sindo. *Semarak*, 1.

Ratnasih, A. N. F. dan C. (2017). Pengaruh Piutang Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Usaha Pada PT.Nusantara Citra Terpadu. *Akuntansi*, 11.

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590. Retrieved from <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308/261>

Setyanto, L. E. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan

Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone pada Mahasiswa / Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 / 2014 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(2), 19–27.

Simak, A. H., Saerang, I. S., & Jan, A. B. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2377–2384.

Siregar, B. G., Nasution, H. F., & Aisyah, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidimpuan. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.24952/masharif.v5i2.1438>

Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>

Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. SinarAbadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.

Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(November), 147–157. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3472>

Warnilah, A. I. (2018). Implementasi Alpha Cronbach pada Pengembangan Pembelajaran Pengenalan Sampah Metode MDLC. *Produktif*, 2(1), 18–29.

Yolanda Anastasia Sihombing, S.Kep., M. K. M. (2022). *Loyalitas pasien tinjauan aspek pelayanan, kepuasan, trust, komitmen, brand equity dan hospital image* (Moh.Nasrudin, ed.). PT. Nasya Expanding Management.

Yosevina Purba, P., Katharina, N., Govindo, R., & Gunawan, R. (2021). Pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian produk minyak gemuk di PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 785–798. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.13077>