

Daftar Pustaka

- Pengertian uji normalitas menurut usman(Usmadi, 2020)3,452, *Sedangkan Nilai T.* (2023). 5(2), 350–372.
- Agama, K., & Karawang, K. (2010). Jurnal Manajemen Vol.10 No.1 Oktober 2012 1038. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 1038–1046.
- Amanda, D. P., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 53–62. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i1.813>
- Biantoro, R. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Bapr. *Performa*, 6(1), 40–49. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1911>
- Fakhrudin, A. (2020). Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 13(1), 2622–0946. Retrieved from <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/175/146>
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Fitria Susiani, Sampurno, & Haryani Hatta, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Industri Kecantikan di Indonesia. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 114–121. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.1514>
- Hermayadi, M. I., Maharani, N., & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Banjarsari. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.9438>
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 383–392. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.231>
- Kalam, A. L., Harga, P., Dan, P., Pelayanan, K., Kepuasan, T., Di, K., & Kupi, C. (n.d.). *Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di café kupi datu banjarbaru*. 7(2), 45–65.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Muangsal. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 25–39. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>
- Muhlisoh, L., Nawawi, K., & Arif, S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap

- Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 130.
<https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1897>
- Nasution, S. M. A., & Hendrawan, W. F. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Piaggio Di Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 2(2), 83–92.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Octavia, A. N., Erlinda, D., & Lau, M. P. (2023). Analisis Citra Merek , Periklanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Fokus EMBA*, 02(02), 157–167.
- Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- 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>
- Sugiarto, A., & Nanda, A. W. (2020). Stres Kerja: Pengaruhnya Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 276.
<https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21302>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Wangdra, Y., & Sumanti, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Di Portal Belanja E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 475–486.
- Wasiman, B., & Siagian, M. (2022). Effect of Service Quality, Price and Promotion on Customer Loyalty in PT. Great Seasons Batam. *Journal of Management Studies* , 10(1), 23–28.
- Wily Julitawaty, Frith Willy, dan T. S. G. (2020). *Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan*. 6(1), 43–56.
- Wowor, C. A. S., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. penerbit PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ghodang, D. H. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (F. Ghodang, ed.). penerbit mitra grup.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- prof.Dr. Ir Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. penerbit andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.