

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (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/https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Atmadjati, A. (2018). *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini* (1st ed.). Deepublish.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (1st ed.). Deepublish.
- Dyatmika, S. W. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Majalah Ekonomi*, XXIII(1), 124–134.
- Erdini, N., & Susilo, W. H. (2015). Pengaruh Kualitas dan Promosi Website Terhadap Sikap User Serta Implikasinya Kepada Keputusan Penggunaan Website Portal (Studi Kasus Website Portal Usestv.Com). *Jurnal MIX*, V(3), 452–465.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5(1), 149–162. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Gulo, J., Raja, T. H. Ibn, & Silaen, K. (2019). Influence of Quality Service and Promotion on Purchase Decisions on Indomaret Beringin Tembung. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 3(6), 1–8. <https://doi.org/https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd28007.pdf%0Ahttps://www.ijtsrd.com/management/randd-management/28007/influence>
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman/article/view/342>
- Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2019). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan STATCAL (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)* (J. Simarmata (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–24.
- Khairani, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE MDP). *Jurnal Pendidikan*, 305–314. <https://doi.org/http://fe.unp.ac.id/>
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis(JRMB)*, 2(3), 381–390.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 3, 1617–1625.
- Rahayu, P. D., & Djawoto. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 1–20. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rahmawati, L., & Nikmah, F. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis (JAB)*, 5(1), 125–128.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Mahardika (ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 3(2), 320–328. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122. <https://doi.org/http://jurnal.umsu.ac.id>

- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. salemba empat.
- Sarasdianthi, N. K. A. M., Mananda, S., & Suardana, W. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Airasia Go. *Jurnal IPTA*, 4(2), 7–10. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p02>
- Sellang, K., Jamaluddin, & Mustanir, A. (2019). *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik, Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya* (Q. Media (ed.); pertama). CV. Penerbit Qiara media.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan(Dilengkapi dengan Hasil Riset pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)* (1st ed.). Deepublish.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sukaca, A. (2014). *The 9 Golden Habits For Brighter Muslim* (A. Kholiq (ed.); pertama). PT Bentang Pustaka.
- Suryawardana, E., & Yani, T. E. (2015). Analysis Of Reputation, The Quality and Reliance On Purchase Decision On Public Fuel Filling Station (Gas Station) In Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(2), 258–269. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i2.490>
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial* (Giovanny (ed.); 1st ed.). Andi.
- Tajuddin, M., Nimran, U., Astuti, E. S., & Kertahadi. (2016). *Kesuksesan Sistem Informasi Perguruan Tinggi dan Good University Governance* (1st ed.). UB Press.
- Tanjaya, S. christover, Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4935–4944. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25701>
- Wahjono, S. I. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian* (A. Djojo (ed.); 1st ed.). Gava Media.

- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri. (2019). Pengaruh Brand Image dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah Di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446.
<https://doi.org/dx.doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.004>