

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Albani, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i3.2545>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. 8(8), 5222–5239.
- 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>
- Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo.
- Dewi, D. R., Hartono, S., & Istiqomah. (2017). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Probiotik Merek Yakult (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult Di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta). *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 1kualitas(1), 1–12.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.Gajah Mada Cabang Padang. 114–121.
- 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>
- Ernestiva, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucorinvers Central. 10–20.
- Gede Marendra, I. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret). 1(3), 2598–2823.
- 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.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif*. Upp Stim Ykpn.

- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect Of Product Quality, Price, And Promotion To Purchase Decision. *International Journal On Advanced Science, Education, And Religion*, 1(1), 9–22.
<https://doi.org/10.33648/Ijoaser.V1i1.2>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>
- Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah. (2019). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Makassar The Effect Of Brand Image , Quality Product , And Price To The Purchase Decision Of Converse Shoes In Makassar Untuk Digunakan Sehari-Hari , Mulai*. 16(2), 135–168.
- Nasution, S. L., & Limbonong, Christine Herawati Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Journal Ecobisma*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Lestari, & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 6, 1–8.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia Widita. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27.
<https://doi.org/10.33021/Exp.V2i1.543>
- Rahayu, S., & Haryanto, J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi (Studi Kasus: Pt. Media Asuransi Indonesia)*. 1(1), 64–76.
- Paramita, L. P., Suardana, I. W., & Sendra, I. M. (2018). Efektivitas Promosi Tiket.Com Terhadap Keputusan Wisatawan Domestik Dalam Pembelian Tiket Pesawat Menuju Bali. *Jurnal Ipta*, 6(2), 104.
<https://doi.org/10.24843/Ipta.2018.V06.I02.P04>
- 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 S1 Universitas Brawijaya*, 50(6), 85–95.

- Sari, S. P., Sari, M. K., & Dahen, L. D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Sikap Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Cv. Hayati Cabang Pasaman Barat (Studi Kasus Di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat)*. 5(2), 167–178.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari*. 9(7), 2872–2894.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & Spss*. Prenada Media Group.
- 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.
- 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.
[Http://Journals.Telkomuniversity.Ac.Id/Ijm/Article/View/317/264 %0a](http://Journals.Telkomuniversity.Ac.Id/Ijm/Article/View/317/264%0a)
- Sugiyono. (2016). *Deskripsi Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru.
- Supriyadi, Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- 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>
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Ketiga*. Bumi Aksara.
- Wandira, L. W. A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartfren Andromax 4g / Lte Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Lina Wasis Ayu Wandira Abstrak*. 1–11.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Gava Media.

Wona, R., Nurfarida, I. N., & Hidayat, C. W. (2018). *Pengaruh Promosi , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Belanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Situs Lazada . C0 . Id (Studi Pada Mahasiswa universitas Kanjuruhan Malang)*. 1–5.