

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*.
- 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)*. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i3.2545>
- Arumsari, D. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan ( Amdk ) Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*.
- Cahyono, Y., & Elvandari, P. S. dan N. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Vista Bangun Propertindo. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (V)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (P. Harto, ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hartuti, E. T. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Delivery Gandul Cinere. *Jurnal Ekonomi Efektif*. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i2.4176>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (1st ed.; Maya, ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Juhana, D. (2018). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, Vol. 12*. Retrieved from <https://pdf.lemlit.com/wp-content/uploads/2018/08/08-Dudung.pdf>
- Jusuf, I. S. H., Laela, & Sari, F. N. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Grand Dafam Bela Ternate. *Jurnal Manajemen Sinergi*, 5(2), 1–18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). Marketing Management 15/e. In *Prentice Hall*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). Marketing Mangement. In *Pearson Edition Limited*.
- Margono, H., M, K., & Wardani, M. K. (2019). Keputusan Pembelian Peritel Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2), 141. <https://doi.org/10.33370/jmk.v15i2.226>
- Mursid, M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Nindiani, A., Hamsal, M., & Purba, H. H. (2018). Product and Service Quality Analysis: An Empirical Study of Customer Satisfaction in a Bakery. *Binus Business Review*. <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i2.4257>
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LakBang PRESSindo.
- Philip Kotler, G. A. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1. In *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Riduwan. (2015). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian (ke-6; Husdarta, ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, I. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.7>
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan. In *alfabeta*.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Ku Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D. , Alfabeta, cv. (2016).
- Sumarsono, D. (2015). *Wonderful Strategy: Operational Excellence & Business Excellence Sensation Revenue* (E. I, Hadirman, ed.). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supriyati, Darham, & Herawati. (2017). Analisis Pengaruh promosi dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Bungo Pada Rumah Batik Vinto Muara Bungo. *Jurnal Ekobistek Fakultas Ekonomi*.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*.
- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Semarak*. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi praktis SPSS dalam Penelitian* (A. Djojo, ed.). Yogyakarta: Gava Media.

- Wijayanti, H., & Handayani, C. M. S. (2015). Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada Pt.Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah Ekonomi*.
- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Zhang, Y., Deng, J., & Xu, Y. (2017). The Effect of Different Price Promotion Ways on Consumers' Purchasing Intention. *American Journal of Industrial and Business Management*. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2017.710085>