

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, M. Y. (2016). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Tridjaya Motor Dealer Resmi Motor Honda Cabang Girian Â Bitung). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 472–483.
- Ahyar, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Aliyah, K. A. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Sfa Steak & Resto Karanganyar). *NASPA Journal*, 6(1).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, 1(1).
- Angraini, D., & Harwani, Y. (2020). *The Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions in Sari Roti in West Jakarta*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200205.051>
- Ardiansyah, M. (2017). Dengan demikian kualitas produk yang baik dapat membantu konsumen untuk memutuskan pembeliannya , sehingga konsumen dapat tertarik terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut dengan kualitas produk ya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 6, Juni 2017*, 6(1), 1–17.
- Arifin, Z., & Rizaldy, M. (2023). Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Sarjanawiyata Tamansiswa Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 168–184. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i3.1813>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi / Prof. DR. Sofjan Assauri, M.B.A.* Edisi Pertama Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *News.Ge* (Vol. 4, Nomor 1).
- Dwi, I. M., & Adnyana, M. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*(Nomor June).

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1). <https://doi.org/10.20527/Jwm.V7i1.173>
- 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>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1). <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V7.I01.P17>
- Fetrisen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. In Pemasaran.
- Fitri, K. N., Nawangsih, N., & Ariyono, K. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuma The Javana (Studi Pada Konsumen The Javana di Kelurahan Tompokersan Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 1–7.
- Ge, Z., Chen, D., Zhang, J., Rao, J., Yin, J., Wang, D., Wan, X., Shi, W., & Liu, S. (2013). Facile synthesis of dumbbell-shaped dendritic-linear-dendritic triblock copolymer via reversible addition-fragmentation chain transfer polymerization. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Ghozali, I. (2020). *25 Teori Besar Ilmu Manajemen dan Ilmu Akuntansi Bisnis*. Yoga Pratama.
- Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar, R. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121–129.

<http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>

- Kotler, P. (2016). Principles of marketing (11 ed.). In *New York: Pearson International*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Manajemen Pemasaran ed 13 jilid 1 dan 2. In *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing seventeenth edition: Creating Customer Value and Engagement. *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). In *Global Edition (Vol. 15E, Nomor 4)*.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran*. Alfabeta cv.
- Manap, A. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. In *Mitra Wacana Media*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Noerchoidah. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. *Jurnal WIGA*, 3(1), 48–60.
- Riadi, M. (2020). Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan). In *30 Mei 2020*.
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. In

*Yogyakarta: C.V Andi Offset.*

- Sugiyono. (2017). Sugiyono. (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Solid State Ionics*, 2(1).
- Sumarsono, R., Firdiansjah, A., & Respati, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madlyson Di Distro Azteklina Tulungagung. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 8(1 SE-Articles), 57–71. <https://doi.org/10.30741/wiga.v8i1.244>
- Sunyoto, D. (2014). konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen. In *konsep dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Supangkat, D. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel .... *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Swastha, B. (2010). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I. Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono Fandy dan Diana. (2016). Pemasaran: Esensi Dan Aplikasi. In *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi*.
- Zahara, R., & Noor Sembiring. (2020). Effect On The Promotion And Price On Decision To Purchase Of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.154>