

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/990>
- Akhmad, J., & Chasanah, U. (2022). *Pemasaran Bisnis* (Pertama). Expert.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Arifa, N., Hartono, H., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 54–63.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islmic Branding dan Re-branding “Peran Strategi Merek dala menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global.”* Rajawali Pers.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.
- Enny, R. (2016). *Metodologi penelitian bisnis*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen*.
- Foster, B. (2021). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran dan Manajemen Merek*. Bitread Digital Publishing.
- Giri, I., & Jatra, I. M. (2014). Pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(11), 255278.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Prima Nusantara.
- Hidayati, T. (2020). *Statistika Dasar Panduan Bagi Dosen dan Mahasiswa*.
- Hunt, S., Brier, J., & Jayanti, lia dwi. (2020). *Shelby D Hunt Marketing Theory*

*Foundations Controversy Strategy and Resource advantage Theory Routledge* (Vol. 21, Issue 1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>

- Irawan, R., Nawangsih, N., & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(3), 121–129.
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sping Bed Comforta*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). Praktikum metode riset bisnis. *Jakarta: Salemba Empat*, 306.
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Munalifah, M., Jariah, A., & Irwanto, J. (2021). Pengaruh Iklan, Harga Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Pengguna KAI Access Di Kota Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(4), 294–303.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu PT. PIJI di Jawa Timur. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-UpBisnis*, 2(1), 116–123. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/444/397>
- Pradwika, D. F., & Hadi, S. P. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap keputusan Pembelian pada konsumen E-Commerce Zalora.co.id (studi Kasus pada konsumen di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–8.
- Rahayu, S. S., Taufik, M., & Ato'illah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Susu Segar UD. Adil

- Brothers Senduro. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(3), 194–199.
- Rinnanik, Pariyanti Eka, & Syaiful bakhri. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0* (CV. Adanu Abimata (ed.)).
- Riyani, E. W., Kasno, K., & Robustin, T. P. (2019). Dampak Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk 3Second pada Mahasiswa di STIE Widya Gama Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(4), 26–28.
- Sholihat, A. (2018a). Bab 2 Teori Keputusan Pembelian Dan Indikator Def Operasional. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sumarsid. (2021). *Bisnis Sampingan Kewirausahaan; Menggali Potensi Diri Sebagai Ide Sumber Pendapatan*. Graha Ilmu.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin, S. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian tas di intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Yuliantari, K. (2019). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Graha Ilmu.