

## DAFTAR PUSTAKA

- Akila, A. (2017). Pengaruh Insentif Dan Pengawasan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Cv. Vassel Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 35–48.
- Amelia, A. S. (2016). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 31(1), 7–15.
- Andrian, A. (2018). Dampak Promosi, Brand Awareness Dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 165–174.
- Cahya, E., & Harti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–15.
- goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A., & Perdana. (2018). peran ekuitas merek dalam memediasi bauran promosi dengan keputusan pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Karneli. (1384). *perdana,Randi(2018)*. 5(1), 300.
- Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro. *Skripsi*, 53(9), 1689–1699.
- Maharani, N. (2014). *Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung*. 59–75.
- Manado, D. I. K. (2015). *e- journal "Acta Diurna" Volume IV. No.5. Tahun 2015*. IV(5).

- Maramis, F. S. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT . AIR MANADO THE INFLUENCE OF PRODUCT QULITY , PRICE AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION AT PT . AIR MANADO*. 6(3), 1658–1667.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. *TOI. Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Pati, D. I. K. (2016). *Pengaruh kualitas produk,harga,promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk AQUA*. 8(2), 92–121.
- Putu, N., Dharmadewi, C., Made, N., Utami, S., Ekonomi, F., & Mahasaraswati, U. (2017). *Analisis Green Marketing , Psikologi Dan Karakteristik*. 12(2), 153–162.
- Rifa'i, M., & Hamidi. (2017). Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. *Optima*, 1(2).
- Sudaryono, D. (2014). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: LIC.
- Untari, D. T. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*. In *Pena Persada, Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia*.
- Verina, E., Yulianto, E., & Latief, W. A. (2014). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO FASHION DI JEJARING SOSIAL FACEBOOK (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 1–10.
- Wishnu Nugroho, A. (2013). No Title. *ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK YAMAHA DI SEMARANG MOTOR MATIK YAMAHA DI SEMARANG*, (quality of the message, advertising appeal, frequency of delivery, the effectiveness of advertising, purchasing decisions).
- Yanti, R. (2019). *Efektivitas Bauran Promosi Pada Pt . Barelang Citra Wisata Batam Ditentukan Oleh Epic Model*. 4(2), 51–61.

Yusup, D. H. S. M. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA ( Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang )*. 6(3), 1–27.

<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>

