

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anggraeni, nita D. (2015). Pengaruh Good Cooperate Governance dan Earning Power Pada Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013).3,(6),1–32. [http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB III nita - revisi.pdf](http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB%20III%20nita%20-%20revisi.pdf)
- Ari R. (2010). *Uji Asumsi Klasik*. 1, 2–7.
- Aristo, S. F. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Woles Chips*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajeme*), 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.1>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hi Jack Sandals* Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Etikawati, E., & Udjang, R. (2016). Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 4(1), 9–23. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v4i1.443>
- Freddy, R. (2015). Persepektif Manajemen dan Pemasaran Konteporer. 3(1), 1313–1322.
- Gain, R., & dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.
- Goyena, R. (2012). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Igir, F. G., & Tampi, J. R. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap

- Keputusan Pembelian Mobil *Daihatsu Grand Max Pick Up*. 6(002), 86–96.
- Kusumah, Y. S. (2010). Pengertian variabel Penelitian. 3(September).
- Kusumawardani, D. A. (2015). Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa *Wedding And Event Organizer* (Studi kasus di Mahkota *Wedding and Event organizer* Semarang). (Xi), 1–52.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 139–147. <https://doi.org/10.14710/interaksi,4,2,139-147>
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. 16(02), 1–11.
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D'CARTESIAN*, 4(2), 196. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>
- Nangoy, S. (n.d.). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari *Departement Store* Manado (Studi Kasus Di Matahari *Departement Store Manado Town Scuar*e).
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i1.1082>
- Nazarudin, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 17–25.
- Nunoa, S. I. I. U., Andres, S., Avasola, R., Ramos, A. S., Rivera, D., Segura, K., Poropat, M. . (2010). *Jurnal Metodologi Penelitian*. (4). <https://doi.org/10.1093/ocmed/kqq062>

- Ogi, I., Kawet, L., & Anggia, T. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1041–1050. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9283>
- Ogi, I., Massie, J., & Lopian, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 1330–1339. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.12343>
- Poli, V., Kindangen, P., & Ogi, I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 755–766.
- Purnama, A. H., & Permatasari, I. R. (2018). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Aulya Kediri. *Akutansi Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 345–348.
- Putra, M., & Ekawati, N. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 255365.
- Ramadhani, A., & Pratiwi, U. C. N. N. M. I. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli *Big Cola* Di Surabaya.
- Roring, E. S. M. S. B. L. F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil *Suzuki Ertiga*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 255365.
- Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16522>
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Enervon-C*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.

- Sepang, C. J. G. J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualiatas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado Jurnal Emba, 5(2), 2221–2229.
- Sugiyarti, G. (2015). Membangun Keunggulan Bersaing, Produk melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang). Jurnal Ilmiah Untag Semarang, 5, 111–123.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian. Pustaka Baru Press
- Taroreh, R. (2014). Promosi, Harga Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike Di Toko Akbar Ali Sport Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(2), 1381–1392. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2.4757>
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. Jurnal Administrasi Bisnis, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Yasa, N. N. K. (2012). Peran Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. 12.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>