

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. (2016). PENGARUH PERCEIVE QUALITY , COUNTRY OF ORIGIN , DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr) Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016, Halaman 1-12 ISSN(Online): 2337-3792 PENGARUH, 5, 1–12.
- AMALIA, A. (2017). ANALISIS BIAYA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ADEL AKSESORIS PALEMBANG. *POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA.*, 53(1), 59–65. <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. In *PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WOLES CHIPS* (Vol. 1, Issue 4).
- Anggita, P. R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Sinar Sari Sejati Bandung. *Repository: UNPAS*, 64–88. [http://repository.unpas.ac.id/32691/6/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/32691/6/BAB%20III.pdf)
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. In *PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WOLES CHIPS* (Vol. 1, Issue 4).
- Barrimi, M., Aalouane, R., Aarab, C., Hafidi, H., Baybay, H., Soughi, M., Tachfouti, N., Nejjari, C., Mernissi, F. Z., Rammouz, I., & McKenzie, R. B. (2013). *Encephale*, 53(1), 59–65. <http://dx.doi.org/10.1016/j.encep.2012.03.001>
- Boone, & Kurtz. (2002). Tujuan Promosi. *Universitas Pasundan*, 134. [http://repository.unpas.ac.id/34288/4/BAB II\\_Landasan Teori .pdf](http://repository.unpas.ac.id/34288/4/BAB%20II_Landasan%20Teori.pdf)
- DAE, A. (2017). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Konsumen. *Water Science and Technology*, 53(January), 304–313.

<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s00506-018-0517-1.pdf>  
<https://sundoc.bibliothek.uni-halle.de/habil-online/05/08H116/t4.pdf>

- DEWANTI, L. A. (2014). UPAYA MENINGKATKAN KREATIVITAS MELALUI PEMANFAATAN KALENG BEKAS SEBAGAI HASTA KARYA ALAT KOMUNIKASI PADA ANAK KELOMPOK B TK DIPONEGORO 108 DESA PAMIJEN BATURRADEN KABUPATEN BANYUMAS SEMESTER GENAP TAHUN AJARAN 2013-2014. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO*, 153.
- Evita, N. (2017). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI KASUS PADA BAKSO BOEDJANGAN CABANG BURANGRANG BANDUNG TAHUN 2017 ) THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TOWARD PURCHASING DECISION ( STUDY CASE AT BAKSO BOEDJANGAN BURANGRANG BANDUNG IN 2017 ). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA BAKSO BOEDJANGAN CABANG BURANGRANG BANDUNG TAHUN 2017)*, 3(2), 430–452.
- FIRMANSYAH, R. (2017). Strategi perancangan promosi “root shoes” untuk remaja melalui media komunikasi visual. *Jurnal Informatika*, 53(9), 1689–1699.
- Hijjah Isriana, N., Selva Johan, R., Riadi, R. M., Studi, P., Ekonomi, P., Keguruan, F., & Pendidikan, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Sekolah Di Sd Islam As-Shofa*. 1–14.
- Hermawan, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran* (A. Maulana (ed.)). Erlangga.
- Handoko, H. T. (2009). *Manajemen* (M. B. . Dr.Tani Handoko (ed.); kedua). BPFE-YOGYAKARTA
- Intan Lina Katrin. (2016). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN JAVANA BISTRO BANDUNG*. 246–254.
- Ishak, K. (2016). PENETAPAN HARGA DITINJAU DALAM PERSEPEKTIF ISLAM. *STIE Syariah Bengkalis*, 20–69.
- Kharismawati, D. (2018). HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN SIKAP

TENTANG PENGGUNAAN SHISHA DAN VAPE PADA MAHASISWA PRODI ILMU KEPERAWATAN DAN FARMASI STIKES SARI MULIA. *SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN SARI MULIA BANJARMASIN*, 53–81.

- Keller, K. (2016). *Marketing Management* (E. Gate (ed.); Pearson Ed). Harlow.
- Made, M. (2015). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR HARIAN SUARA MERDEKA. *Ejurnal3.Undip.Ac.Id*, 1–12.
- Melinda, P. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIAMART (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta Jakarta, Indonesia*.
- NURLITA, A. (2017). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTINNASION THE PANASDALAM CAFE. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung*, 13–38.
- Pride, W. M. (2011). *Marketing*. 800. <http://books.google.co.za/books/about/Marketing.html?id=cOKMr4Fpqc0C&pgis=1>
- PUTRI, D. E. (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERTU INTERNET IM3 OOREDOO. *Jurusan Manajemen Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar*, 23–82.
- Romadhiani. (2016). Pengambilan keputusan dalam kepemimpinan manajemen dakwah. *Jurnal Al-Bayan*, 22(34), 65–78. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/880/694>
- Romadhiani. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Brio Pada Konsumen Honda Semarang Center. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 118–126.
- Rusdiana, I. M. (2018). *Sistem Informasi Manajemen* (cetakan ke). CV.Pustaka Setia.
- Sopian, A. M. (2017). PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP

- KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung.*, 72–92.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*
- Tristantin, V. V. (2013). No TitlePENGARUH PROMOTION MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI FAMILY FUN KARAOKE KELUARGA. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9–32.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Widjoyo, S. (2014). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN HAPPY GARDEN SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No. 1.*
- Wulandari, M. (2018). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DAMPAK HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERALATAN TEKNIK PADA UD. AMIN JAYA DI TULUNGAGUNG. *Undergraduate Thesis, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945*, 5–27.