

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, H. dan. (2017). Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Broadway BarberShop PT Bersama Lima Putera. *Agora*, 5(1), 2.
- Apri Khaerani, R., & Endang Prihatini, A. (2015). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Administrasi Bisnis, IX(III)*, 310–317.
- Assael, Henry, 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action*, 4th ed. PWS.Boston: Kent Publishing Company.
- Dewi, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Ekonomi Dan Bisnis*, 80. <https://core.ac.uk/download/pdf/11715776.pdf>
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Sitingjak, Tony. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, c*, 203–213.
- Fahrevi, S. R., & Strio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 7, No(3)*, 1–15.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fikri, I., & Oetomo, H. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Preloved dalam Media Sosial. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9), 1–18.

- Gigih Erlik Budiharja, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image*. 8(2), 92–121.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketuju*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 10.
- Heruwanto, J., Kusumanadya, R., Rasipan, & Nurpatricia Kurniawan, E. (2020). ( *Analysis of Effect Locations , Prices , and Promotions on*. 17(02), 169–174.
- Karas Anisaputri, L., & Dassaad. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Lili Ekawati, H.Eddy Soegiarto, E. Y. (2016). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI AIR MINERAL AQUA DI SAMARINDA Lili Ekawati, H.Eddy Soegiarto, Eka Yudhyani, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda. *Journal Articiel Ekonomia*, 5(3).
- 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>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. ALFABETA, CV. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Silaban, S. E., Elisabeth, & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. *Jrak*, 5(2), 209–228.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Aflabeta.

Sukma Dewi, A., & Anggraeni, E. (2015). *Fokus manajerial*. 13(2), 111–120.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supardi. 2013. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Jakarta: Prima Ufuk Semesta.

Zikmund dan Babin. 2013. *Menjelajahi Riset Pemasaran*, 10th ed. Jakarta: Salemba Empat.

