

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 147-167.
- Amruddin. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. BANDUNG: MEDIA SAINS INDONESIA.
- Andis, A., Risal, M., & Usman, H. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE SAMSUNG PADA TOKO CENTRO PALOPO. *Jurnal Manajemen*, 25-31.
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021, Februari). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GRABY BITES. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5 nomer 6, 448-457.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arfah, Y. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*. (B. Nasution, Ed.) PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). PEMILIHAN TEKNIK SAMPLING BERDASARKAN PERHITUNGAN EFISIENSI RELATIF. *STATISTIKA*, Vol. 6, No. 2, 166-171.

- Ariyanto, A. (2021). *strategi pemasaran UMKM dimasa pandemi*. ICM.
- Henita , S. P., Kurniawan, G., & Nugroho, D. A. (2020). *Evaluasi Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi Covid-19*. Penerbit Pustaka Rumah C1nta.
- Herlina, V. (2019). *PANDUAN PRAKTIS MENGOLAH DATA KUESIONER MENGGUNAKAN SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Grasindo.
- Kotler, M. (2017). In M. Kotler, T. Cao, S. Wang, & C. Qiao, *Marketing Strategy In The Digital Age* (p. 102). london: world scientific publishing.
- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 50-59.
- Lapau, B. (2012). *METODE PENELITIAN KESEHATAN*. YAYASAN PUSTAKA OBOR INDONESIA.
- Machmuddah, Z. (2020). *METODE PENYUSUNAN SKRIPSI BIDANG ILMU AKUNTANSI*. DEEPUBLISH.
- Muhtarom, A., & Prayitno, D. H. (2018, Maret). Determinasi Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Cabang PT. Surganya Motor Indonesia (Planet Ban) Gresik). *Jurnal EK BIS*, Vol. XIX/No. 1, 1038-1050.
- Nasrudin, J. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN*. Panca Terra Firma.

- Noor, Z. Z. (2010). *Manajemn Pemasaran*. Yogyakarta: deepublish.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018, September). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDOMARET MANADO UNIT JALAN SEA. *Jurnal EMBA, Vol.6 No.4*, 3068 – 3077.
- Purnamawati, L. A., Mitariyani, W. E., & Anggarini, P. N. (2020, Agustus). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI BANDUNG COLLECTION KECAMATAN KUTA UTARA, BADUNG. *Volume 1 Nomer 3*, 171-181.
- Sa'adah, M., Dzikri, M., & Alifah. (2021, Juli). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIASI BAN DI CV. DUTA BAN SURABAYA DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1-12.
- Saragih, M. G. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. YAYASAN KITA MENULIS.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk sprei rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1171-1184.
- Sawlani, D. K. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE : KUALITAS WEBSITE, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN*. SCOPINDO.

Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN SEPEDA MOTOR MEREK SWALLOW PADA PT. INDUSTRI KARET DELI MEDAN. *I no 19*, 135-142.

Sugeng, B. (2020). *FUNDAMENTAL METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. deepublish.

Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU SHINYOKU DI CV. SINAR ABADI PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 174-184.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.

Syahputra. (2023). *Strategi Pemasaran dan Bisnis Starup*. (M. A. Wardana, Ed.) Bali: Intelektual Manifes Media.

Syahputra, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN TENTANG PROMOSI PENJUALAN. *jurnal ecobisma*, vol.6 no 2, 83-88.

Tonce, Y., & Rangga, Y. P. (2022). persepsi indikator harga. In *Minat Dan Keputusan Pembelian* (p. 20). Penerbit Adab.

Utami, A. B., Hamid, F. Z., & Mawarta. (2015, OKTOBER 2). PENGARUH HARGA, PENDAPATAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI D'KRANJI RESIDENCE TAHAP II BEKASI BARAT. *12 NO 2*, 91-97.

Wardana. (2019). *PENGANTAR APLIKASI SPSS*. LPPM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BUTON PRESS.

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2018, Desember). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 29 No.1*, 59-66.

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018, April). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, Vol. 4, No.1*, 14-24.

