

DAFTAR PUSTAKA

- Azahra, F., & Hadita. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI KFC GOLDEN CITY BEKASI DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. *Jurnal Economina*, 2. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/351/319>
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Ilman*, 4(1), 14. <https://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/30/28>
- Budianto, Y. P., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Susu Frisian Flag Kemasan Siap Minum Purefarm di Kota Madiun). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26326>
- Darmadi, D. S. (2021). *Pengukuran Kualitas Produk, Pelayanan, dan Periklanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J.Co Donuts & Coffe. Undergraduate thesis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya* [Universitas Bhayangkara Jakarta Raya]. <http://repository.ubharajaya.ac.id/21147/>
- Diondah, R. V., Nurhajati, & Basalamah, R. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Bukan Main Coffee. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510–518. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20094/14944>
- Faridah, Nurlina, & Widowati, R. (2023). PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 8–100. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/4547/3498>
- Gunawan, I., Sri, S. F. D., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17. <https://dinastires.org/JKIS/article/view/114/107>
- Hadita, Widjanarko, W., & Hafizah. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa*

Pandemic
20(3),
1–268.

Covid19.

26

<https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI/article/view/294>

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91.

<https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).

Ilyas, G. B., & Mustafa, H. (2022). *Price , Promotion , and Supporting Facilities on Customer Satisfaction.* 2(8), 1–11.



INTERNET *XL.* 27(7),
992–997.

- <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/1118/571>
Rendra Alfian Ardiansyah, & Tony Susilo Wibowo. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Indomilk Di Kecamatan Wonokromo Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 8–346. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3002>
- Shofiudin, Z. R., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pembelian Teh Pucuk Harum: Studi pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 624–633. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i3.1813>
- Siahaan, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. XYZ Tours & Travel”. *Mpu Procuratio: Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(1), 32–39. <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/view/189>
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect of Prices and Promotions on Purchase Decisions at Shopee. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253–268
- Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 68–82. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i1.337>
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2020). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Wahyu, T., Susanto, P., Sudapet, I. N., Subagyo, H. D., & Suyono, J. (2021). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study at Crown Prince Hotel Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 2(5). <https://qemsjournal.org/index.php/qems/article/view/325/268>
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <http://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244/156>

- <https://goldenratio.id/index.php/grmapb/article/view/65/106>
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.423>
- Kriswandi, D. A., & Maria. (2021). Persepsi Konsumen dan Keinginan Membeli Susu Murni Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Produk Susu Murni Bantal CV . Cita Nasional). *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 9(1), 249–260.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/67675/39825>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3).
<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/398/355>
- Lubis, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman. *Management and Business Review*, 5(1), 29–39.
<https://doi.org/10.21067/mbr.v5i1.5316>
- Mardjani, B. D., Lopian, S. L. H. V. J., Mangantar, M., Harga, P., Dan, P., Layanan, K., Kepuasan, T., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). KONSUMEN PADATRANSPORTASI ONLINE (STUDI KASUS GOJEK DAN MAXIM DI KOTA MANADO) THE EFFECT OF PRICE , PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN ONLINE TRANSPORTATION (CASE STUDY OF GOJEK AND MAXIM IN MANADOCITY) *Jurnal EMBA Vol . 11 No. 11*(1), 942–952.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/46658>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Nuraini, D. O., Widayanti, S., & Pertanian, F. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEGO NJAMOER DI SURABAYA. 25(2), 1486–1497.
<https://mail.e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/2782/1858>
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2019). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153.
<https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>
- Pratama, S. A., & Andayani, N. R. (2022). *The Influence of Price ,*

Promotion , andProduct Quality on Purchasing Decisions for Batam Batik Products at Dekranasda Batam.
<https://doi.org/10.4108/eai.5-10-2022.2325849>

Purwanza, W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, Adrianus Kabubu Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Sayekti, S. P., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. B., Priskusanti, R. D., & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Kombinasi)* (N. A. Munandar (Ed.); Issue August). PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.

https://www.researchgate.net/publication/363094958_Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_Kombinasi

Putra, E. T., & Pudjoprastyono, H. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DANKUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET*



INTERNET *XL* 27(7),
992–997.

- <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/1118/571>
Rendra Alfian Ardiansyah, & Tony Susilo Wibowo. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Indomilk Di Kecamatan Wonokromo Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 1(1), 8–346. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3002>
- Shofiudin, Z. R., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pembelian Teh Pucuk Harum: Studi pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 624–633. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i3.1813>
- Siahaan, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. XYZ Tours & Travel”. *Mpu Procuratio: Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(1), 32–39. <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/view/189>
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect of Prices and Promotions on Purchase Decisions at Shopee. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253–268
- Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 68–82. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i1.337>
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2020). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Wahyu, T., Susanto, P., Sudapet, I. N., Subagyo, H. D., & Suyono, J. (2021). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study at Crown Prince Hotel Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 2(5). <https://qemsjournal.org/index.php/qems/article/view/325/268>
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <http://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/244/156>