

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.  
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.  
<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618.  
<https://doi.org/2303-1174>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif.

*Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.

<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Nuryani, F. T. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi*

*Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.

<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>

Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga,

Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto

Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,

2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat

Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni,*

*Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.

<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>

Sugiyono. (2017). *Desain Penelitian*. Alfabeta.

Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan

Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*

*Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/Jmu.V3i2.946>

Subando, J. (2021). *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan*

*SPSS*. Klaten: Lakeisha.