

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek , kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok *Influence of brand image , service quality and consumer confidence on indihome purchasing decisions at telkom telecommunications*. 12(1), 32–39. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/7259>
- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Afan Zaini, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3033393>
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Perawatan Wajah MS Glow di Kecamatan Prigen). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.47201/jamin.v4i2.90>
- Agustina, B., Ferry Bastian, A., & Sukaesih, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Express Karawaci Kota Tangerang. *Ekonomi Bisnis*, 27(2), 796–806. <https://doi.org/10.33592/jeb.v27i2.2131>
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 1, 249–267. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3880>
- Darwin, M., Sylvia, M. R. M. S. A. S. Y. N. H. T. D., & Gebang, I. M. D. M. A. B. P. P. V. A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue Juni). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Fadhli Nursal, M., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui

- Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 111–118. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=a01xbzoAAAJ&citation_for_view=a01xbzoAAAJ:4JMBOYKVnBMC
- Fairliantina, E., & Paniroi, J. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di denny's restoran Senayan City. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3923–3932. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1573>
- Gultom. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa JNE Wahidin*. 577–587. http://repository.eka-prasetya.ac.id/558/%0Ahttp://repository.eka-prasetya.ac.id/558/8/BAB_I_SUSANTO_171010105.pdf
- I Made Sukadana, & I Ketut Sudarnaya. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Perusahaan J&T Express Kubutambahan. *Artha Satya Dharma*, 14(2), 25–30. <https://doi.org/10.55822/asd.v14i2.213>
- Irawan, I., Yuliana Yuliana, Arwin Arwin, & Wilbert Jovando. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(3), 332–339. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i3.411>
- Kasus, S., Jasa, L., Jne, P., Farhan, M., & Ariyanti, M. (2021). Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Layanan Saat Pandemi Covid-19 *The Effect Of Promotion And Quality Of Services On Consumer Decisions In Using Services During The Covid-19 Pandemic (Case Study Of JNE Delivery Services)*. 8(6), 8033–8048. <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/1515>
- Kualitas, P., Pelayanan, K., Promosi, D., Konsumen, K. P., & Tokopedia, P. (2023). The Influence of Product Quality, Service Quality and Promotion on Consumer Purchase Decisions at Tokopedia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2455–2460. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Lubis, D. S. W., & Hamdan, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Literasi: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 183–191.

<https://www.lpbe.org/index.php/lpbe/article/view/28>

- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). *Volume . 25 Issue 1 (2023) Pages 89-96 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online) Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone 1(1),89-90* .<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/12311>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Priandewi, N. M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Lazada. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 419–433. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.34>
- Putra Maha Segara Andre, Ali Hapzi, & Nursal Fadhli M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pembelian Ulang Umkm Pecel Lele Yopi Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2 (1)(1), 1221–1232. <https://journal.drafpubliher.com/index.php/ijesm/article/view/128>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/jocce-ip.v15i1.226>
- Ristanto, H., Aditya, G., & Catur. (2021). Pengaruh Kualitas produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). *JBE Jurnal Bingkai Ekonomi*, 6(1), 58–71. <http://itbsemarang.ac.id/jbe/index.php/jbe33>
- Sumilat, S. M. D., Lopian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta

- Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Syahputra, M. I., & Lilis Sugi Rahayu Ningsih. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV.Satria Mobil Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2), 104–119. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.332>
- Yehuda. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development* 809–815. <https://doi.org/10.59141/comserva.v1i10.135>
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.244>
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.
- Simanjuntak, C., Rohaeni, H., & Maulia, R. (2024). Pengaruh Affiliate, Content Marketing dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Perempuan Gen Z di Bekasi Selatan. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*.
- Sudiantini, D., Claudia, G., & Ningrum. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi Cinta Bekasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*.
- Fauzi, A., Salwa, A., Safitri, A., Julianti., & Fazriyah. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (JEKMA)*.