

DAFTAR PUSTAKA

- Brata, Baruna Hadi; Hasani, Shilvana dan Ali, Hapzi. 2017. *The Influence of Quality Products, Price, Promotion and Location to Product Purchase Decision nithci at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarata. Studi Journal Business and Management studies. Vol: 2: 433-445*
- Faisal, Alfian Tauza dan Suprihhadi, Heru. 2018. Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu reebok di Surabaya. *Jurnal ilmu dan riset manajemen. Vol. 7 No. 12:1-15*
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, Hazimi Bima Ruji Hazrati dan Mahaputra, M Rizky. 2020. *Brand Image and Purcahing Decision: Analisis of Price Perception and Promotion (Literature Review of Marketing Management). Dinasti International Journal of Economics Finace and Accountig. Vol: 1 No. 4: 727-741*
- Hypermart 2021: Hypermart. (2021). Retrieved 11 September 2021, From Hypermart Indonesia website: shop.Hypermart.co.id
- Khotimah, Khusnul dan Nur Tantiono, Andri. 2021. Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Solo Raya. *Creative Riset Research Management. Vol: 1 No. 1: 1-10*
- Lubis, Desy Irana Dewi dan Hidayat, Rahmat. 2017. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen sukma medan. *Jurnal Ilman. Vo. 5 No. 1:15-24*
- Muharam, Wifky dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Jurnal UNISBANK. No. 03: 755-762*
- Ningrum, Meilidia. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Vol : 02 No. 1: 23-35*
- Paludi, Salman dan Juwita, Rahman. 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi. Vol. 18 No. 01: 41-53*
- Priansa, Donny Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA cv
- Prima Freshmart 2021: Prisma Freshmart (2021). Retrived 8 Agustus 2021, From Prima Freshmart website: www.primafreshmart.com

- Poespa, Agnes Adelia Radha; Cahyono, Rosadiro dan Martah, Farid. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA. Vol. 03 No. 01: 212-223*
- Qiana, Dea Aurani dan Lego, Yenny. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi di Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 03 No. 03: 649-660*
- Reza, Mochamad dan Khasanah, Imroatul. 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250. *Diponegoro Journal of Management. Vo.09 No. 04: 1-10*
- Rosady, Ria Safitri dan Kusumawardhani, Ami.2018. Analisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap citra merek dan keputusan pembelian produk sepatu bata di kota semarang. *Diponegoro journal of management. Vol. 7 No. 2:1-11*
- Sangadji, Etta Memang dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2018. *Perilaku Konsumen Edisi 07*. Jakarta Barat: PT Indexs.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sulasih. 2017. A study of Price Perception, Packaging, and Service Quality Toward Consumers „interest in Purchasing Special Product of Bumiayu, Central Java. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi. Vol 05 No. 01: 38-46*
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Susana, Ary dan Elwisam. 2021. Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk proyektor Epson di Jakarta. *Jurnal manajemen. Vol. 17 No. 1: 39-51*
- Solihin, Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikailaku dengan Minat Beli sebagai variabel Intervening. *Jurnal Mandiri Vol. 04 No. 01: 38-51*
- Tresmiana, Ni Putu Dian; Mitariani, Ni Wayan Eka, dan Imbayani, I Gusti Ayu. 2020. Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Harga dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada CV. MKM Dharmasaba. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Vol 01 No. 03: 189-197*

- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Candra, Gregorius. 2017. *Peamasaran Strategi Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI
- Wicaksono, Anji Umar dan Mudiantoro. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi terhadap Citra Merek dan Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata di Semarang. *Diponegoro Journal of Management. Vol 06 No. 02: 1-11*
- Zamroni, Afif. 2016. Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi tetrhadap keputusan pembelian produk pepsodent pada konsumen indomart plus di jalan m yamin samarinda. *E journal administrasi bisnis. Vol. 4 No.4:960-974*