

## DAFTAR PUSTAKA

- Asep Suhendar Aprilia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Aurellia Farica, M., Marbun, S., Bisnis dan Pariwisata, F., & Triatma Mulya, U. (2023). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Denpasar. *Journal Research of Management (JARMA)*, 4(2), 153–168. <https://bilibli.com>
- Avicenna, A. S., Supeni, R. E., & Hafidzi, A. H. (2022). Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 249–260. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3875>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Durado, J. E., Febianti, F., & Nova, M. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Milenial Pada Layanan Traveloka. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(5), 1236–1240. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i5.431>
- Fadila, C. T., Farlian, T., & Ramly, A. (2020). The influence of Halal Label, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(1), 95–133. <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i1.2627>
- Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-wecksler, E. T. (n.d.-a). *Indrasari, D. (2019). Pemasaran \_ Kepuasan Pelanggan.*
- Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-wecksler, E. T. (n.d.-b). *PENGARUH PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SNEAKERS ROOM MEDAN.*
- Isra, M., Diah, W., & Ely, R. (2024). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. *In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents.*

Katolik, U., Charitas, M., Artikel, R., Quality, E., & Pembelian, K. (2023). *Pengaruh Harga Dan E-Service Quality Terhadap*. 4(2), 94–102.

*Keywords : Product Quality, Price, Promotion, Repurchase Decision*. (2022). 2(3), 332–341.

Kirana, A. P. (2022). The Effect of Product Quality, Price, *Sales Promotion*, and Trust Towards Consumers' Purchase Decision in Dey's Recipe. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(2), 133–141. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i2.3407>

Kotler, P., Armstong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of marketing Nineteenth Edition. In *Principles and Practice of Social Marketing*.

Kualitas, P., Promosi, D., Pembelian, K., Tupperware, P., Semarang, D., Aminah, A., Widowati, M., Program, ), Manajemen, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Nusantara, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Semarang*. 179–188. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>

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>

Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Performa*, 5(6), 512–521. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>

Mitalia, M. (2023). Pengaruh Harga Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Aplikasi Vidio. *Jurnal DIALOGIKA : Manajemen Dan Administrasi*, 4(2), 94–102. <https://doi.org/10.31949/dialogika.v4i2.7568>

Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>

Munalifah, Jariah, A., & Irwanto, J. (2021). Pengaruh Iklan, Harga dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online

Pada Pengguna KAI Access di Kota Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 3(4), 146–155.  
<https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/536>

Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 165.  
<https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.145>

Ningrum, M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 23–35. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.549>

Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742> No Title. (n.d.).

Nugraheni, F. S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan SHOPEEFOOD. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). Consumer Behavior Marketing. In *Mc Graw*.

Putri Handayani. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Ikan pada UMKM Lamora Desa Socah Kabupaten Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 280–292.

Putri, W., Levyda, L., & Hardiyanto, T. (2021). Cahyo dan Wahyudi Lilik, Analisis Pengaruh Kepercayaan Atas Merek pada Ekuitas Merek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen:2019*, Vol. 9 No. 1. *Management & Accounting Expose*, 4(2), 129–138.

Rahmani, N. A. B., Nasution, J., & Alfiani, S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Diskon Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Moderating pada Toko Mustika Hijab. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1016–1033.  
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i3.3964>

Rumagit, M., Tumbuan, W. A., Lintong, D. C., Febiola Rumagit, M., JFA Tumbuan, W., Lintong, D. C., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaa, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan layanan Go-Food di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 2176–2185.

- Salea, C., Lopian, S. L. H. V. J., & Tielung, M. V. J. (2021). Analysis Of The Effect Of price Perception And Promotion On Consumer Purchase Decisions At Fast Food Restaurant Of KFC Bahu Manado During The Covid-19 Period. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 9(4), 1293–1302.
- Sitanggang, D. H., & Damiyana, D. (2022). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Pesan Makanan on Line. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.528>
- Widiyanti, I. (2023). Pengaruh Diskon, Promosi Dan Penilaian Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Di Shopee. *Skripsi*, 1, 1–56.
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pengguna *Marketplace* Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 623–635.
- Yudha Permana, Dede R. Oktini, S.E.,M.P, & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Thrift Shop Bekaslemariku. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(1), 297–303. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.10805>
- Yulikasari, R., & Pramusinto, H. (2016). Pengaruh Kesiapan Belajar, Kompetensi Profesional Guru dan Lingkungan Belajar Terhadap Motovasi Belajar Mata Pelajaran Kearsipan. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 825–837.
- Yulistiowati Astutik, I., Pudjoprastyono Progam Studi Manajemen, H., Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional, F., & Timur, J. (2024). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Voucher Internet XL di Lamongan. 6, 1452–1462. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i4.719>