

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M. (2017). Revolusi Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi Edisi 2*, 214-342.
- Amstrong, K. &. (2020). Manajemen Pemasaran dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Nasional dan Ekonomi*, 34-56.
- Anggriani, N. L, & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada PT. Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *ISSN: E-ISSN:*, 14-29.
- Armstrong, K. d. (2021). Dimensi-Dimensi Keputusan Pembelian. *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 22-24.
- Burhannudin, S. d. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo. *Jurnal Lentera Mas*, 4-36.
- Claudy, &. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk PT. Sayap Mas . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 50-55.
- Fedrianto, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lp31 Kediri. *Jurnal Lentera Bisnis*, 265-279.
- Ferdinand. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bentang Pustaka.
- Firmansyah. (2018). *Definisi Perilaku Konsumen*. Bandung: Gramedia.
- Garvin, D. A. (1987). Dimensi-Dimensi Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen edisi 2*, 165-247.
- Ghozali. (2005). Aplikasi Analisis Multivariat dengan P[rogram IBM SPSS. *Jurnal Detik Indonesia*, 67-88.
- Ghozali. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Honda Brio. *JOCE IP*, 1-13.

- Gozali. (2022). Analisis Metode Uji Heteroskedastisitas. *Jurnal Lentera Indonesia*, 14-54.
- Handayani. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kain Sutra. *Jurnal Harian Nasional*, 23-33.
- Hamali. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Im3 Ooredoo (Studi Kasus Pada Siswa Smkn 1 Kota Bandung Sebagai Penggunaan Kartu Im3 Ooredoo . *Jurnal Lentera Bisnis*, 30-45.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop Di Kota Gresik. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 361-369.
- Kotler. (2020). *Manajemen Pemasaran Analisis*. Jakarta: Pearson.
- Kotler, & Keller. (2020). *Manajemen pemasaran*. Bogor: Indeks.
- Kotler, & K. (2016). Pengertian Perilaku Konsumen. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 179.
- Kotler, P. (2019). Pengaruh Promosi Produk. *Ekonomi Pemasaran*, 44-57
- Kotler, P. (2020). Dimensi Keputusan Pembelian. *Jurnal ilmiah edisi 2*, 30-33.
- Kotler, P. (2022). Manajemen Pemasaran dan Dimensi Promosi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi edisi 2*, 20-24.
- Kotler, Philip, & Keller. (2008). Keputusan Pembelian dan Aspek Keputusan Pembelian. *Marketing Manajemen*, 142-157.
- Lupiyoadi. (2015). Indikator Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 44-58.
- Mahira, d. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10-12.
- Marsindi, A. &. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada UD.Cindy Semarang. *DHARMA EKONOMI*, 77-90.

- Melati. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Simpati Cabang Unaha Kabupaten Konawe. *Jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik*, 1-15.
- Mowen, & M. (2015). *Pengertian Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Nainggolan, d. (2020). Stimulus pada Pemasaran dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi* , 342-453.
- Oktafiani, d. (2021). Keputusan Pembelian pada Yamaha. *Jurnal ilmiah ekonomi*, 34-56.
- Paludi. (2022). Perkembangan dunia bisnis di era modern. *Jurnal Pemasaran*, 1-4.
- Pramudiana. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bu Yeni. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13-15.
- Pramudiana, d. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Mie Sakera Jember. *Electronical Journal of Social and Policial Sciences*, 274-283.
- Putri, dkk. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi*, 22-45
- Ristanto, d. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal internal edisi 1*, 23-45.
- Riyanti, S. (2023). Perkembangan Warung Mak Beng. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 5-9.
- Salmaa. (2023). Pengertian dan Jenis Contoh Lengkap Konsep dan Kerangka Berfikir. *Jurnal Lintas Generasi*, 33-35.
- Sawitra. (2023). *Keindahan Kota Denpasar*. Denpasar: Gramedia.
- Schiffman, d. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Influencer MarkePengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Indonesia. *JurnalAkuntansiManajemen*, 87-98.

- Siyoto. (2015). Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus). *Jurnal ilmiah edisi 2*, 34-25.
- Sugiyono. (2010). Analisis Uji Regresi Linier Berganda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis edisi 2*, 44-67.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Manajemen. *Jurnal Lentera Ekonomi*, 44-68.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 56-59.
- Sumarwan. (2020). Keputusan Pembelian pada Baju Impor. *Jurnal ilmiah Ekonomi edisi 2*, 124-345.
- Supu, Lumanauw, & Poluan. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal EMBA*, 12-32.
- Swastha. (2000). Faktor-Faktor Promosi . *Lentera Indonesia*, 22-43.
- Thabrani, G. (2022). Definisi Keputusan Pembelian. *Jurnal Serupa Ekonomi*, 50-63.
- Tjiptono. (2007). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Nasional Ekonomi*, 32-45.
- Wahyu. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pembelian Warung Mak Beng. *Jurnal ilmiah ekonomi edisi 2*, 1-8.
- Winasis, d. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 392-403.
- Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pedas. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 539-549.