

DAFTAR PUSTAKA

- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). Analisa Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju di Beberapa Departement Store di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan EkAdab*, A. D. P. (n.d.). *Literasi Digital dan Digital Workplace Terhadap E-Leadership Tenaga Pendidikan dan Kependidikan*. Penerbit Adab.
<https://books.google.co.id/books?id=-zeqEAAAQBAJ>
- Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). *KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN NIAT BELI ULANG: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. Media Pustaka Indo.
<https://books.google.co.id/books?id=09izEAAAQBAJ>
- Cahyani, N. M. A. D., & Aksari, N. M. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(11), 1957.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i11.p06>
- Falcon, V. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengguna Jasa Brt Trans Semarang Di Masa Pandemi Covid-19. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Sapi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
<https://books.google.co.id/books?id=O2BIEAAAQBAJ>
- Haryoko, U. B. (2017). *Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Ujm Motor Tangerang Selatan*. 5, 1–81.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Jurnal Metodologi Penelitian*.
- Hia, M. (2018). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN CAT DULUX DI UD. LINDA TELUK DALAM KABUPATEN NIAS SELATAN*.
- Hidayat, aziz alimul. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. health books publishing.
https://www.google.co.id/books/edition/Menyusun_Instrumen_Penelitian_Uji_Validi/0dAeEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview
- Hidayatullah, S., Alvianna, S., & Estikowati. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN PARIWISATA*. uwais inspirasi indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=Z4ezEAAAQBAJ>
- Ii, B. A. B. (2016). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Pemasaran*. 7–25.
- Indah Suciati, A. H. R., & Hapsan, A. (2022). *Efikasi Diri dan Hasil Belajar Matematika: Suatu Kajian Meta-Analisis*. CV. Ruang Tentor.
<https://books.google.co.id/books?id=8bm6EAAAQBAJ>
- Indrawanto, S. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Kompetensi

- Dosen Dan Motivasi Dosen Terhadap Kinerja Dosen Serta Implikasinya Pada Kepuasan Mahasiswa Stai Sabili Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(4), 326–338. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i4.214>
- Julianto Hutasuhut, S. E. M. M., Abd. Halim, S. E. M. S., Dr. Abd. Rasyid Syamsuri, S. E. M. S., & Abdullah, F. (2023). *Sistematika Karya Tulis: Artikel Ilmiah Bidang Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia*. Merdeka Kreasi Group. <https://books.google.co.id/books?id=j5fCEAAAQBAJ>
- Kasmir. (2022). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Kremer, H., Ade Arianto Ciptoputra, V., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, S. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.
- Mamik, D. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Jawa. https://books.google.co.id/books?id=TP%5C_ADwAAQBAJ
- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millenial Jakarta. *Maret*, 7(2), 11–75.
- Mazuanda. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Muhammad Taufiq Azhari, M. P., Al Fajri Bahri, M. P., Drs. Asrul, M. S., Prof. Dr. Tien Rafida, M. H., & Juansa, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=P7OpEAAAQBAJ>
- Nasution, siti U. A. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN konsumen dalam membeli cat tembok merk propan di pt propan raya icc medan (1)*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Ongoh, D. G., Mandey, S., & Jorie, R. J. (2015). Analisis Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 582–594.
- Petra. (2017). *Landasan Teori “Strategi Bersaing.” 1985*, 5–30.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD>

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Romer, E. (2020). Pengaruh Harga Transfer dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak. *Akuntansi*, 2(1), 15–22.
<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Senduk, P. B., Tampi, J. R. E., & Rogahang, J. J. (2021). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Carry Futura 1.5 Pickup Pada PT. Sinar Galesong Prima Manado. *Productivity*, 2(7), 582–587.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37863%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/37863/34690>
- Setyawan, B., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2013). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pembeli Surat Kabar Harian Suara Merdeka di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 73–81.
- Setyawati, A., & Rahma, A. (2022). *Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Yang Serba Cepat*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
<https://books.google.co.id/books?id=h1W3EAAAQBAJ>
- Siti Sakinah. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6–43.
- Smith, E. (2019). Perancangan Bauran Promosi Pada Usaha Makanan Perusahaan Pie Elis. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 7.
- Solehah, S., & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, Job Insecurity Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 210–239.
<https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2153>
- Telussa, A. M., Persulesy, E. R., & Leleury, Z. A. (2013). Penerapan Analisis Korelasi Parsial Untuk Menentukan Hubungan Pelaksanaan Fungsi Manajemen Kepegawaian Dengan Efektivitas Kerja Pegawai. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 7(1), 15–18.
<https://doi.org/10.30598/barekengvol7iss1pp15-18>
- Trisnawati, N., Riefianti, R., & Amdani, A. (2022). Analisa Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 170–179.
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2479>
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35.
<https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *Jurnal ISBN* 978-602-50181-0-7, 1(2), 105–118.
<http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility/article/view/71>

- Wahyuni, A. N., & K.H., S. (2018). Analisis Likuiditas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.25170/jm.v15i1.95>
- Yusuf, R. M. (2018). Pengaruh Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Screamous Bandung. *Institusional Repositories and Scientific Journals*, 13–45. <http://repository.unpas.ac.id/32782/>