

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur, M. Mukery Warso, and Leonardo Budi Hasiolan, "Pengaruh Promosi, Harga dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT", *Journal of Management*, 2.2 (2016), hal. 14.
- Agustina, Nur Aulia, Seno Sumowo, and Bayu Wijayanti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember)", 2528-0570, *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3.2 (2018), hal. 194.
- Al Hakim, Riko, Ika Mustika, and Wiwin Yuliani, "Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi", *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4.4 (2021), hal. 263.
- Alfiyandi, & Ode, L. S., "Analisis Bauran Promosi (Promption Mix) Produk Multilinked Syariah pada Asuransi Panin Da- Ichi Life Cabang Pekanbaru", *Valuta: Jurnal Administrasi Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 2.1 (2016), hal. 58.
- Amalia, N., "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)", *JSMB: Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6.2 (2019), hal. 98.
- Anggipora, M. P., *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. hal, 2002). hal. 268.
- Anggraini, A. B., & Saino. "Pengaruh Harga, Physical Evidence, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10.1 (2022), hal. 1591.
- Anshori, M., & Iswati, S., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Surabaya: Airlangga University Press, 2009). hal. 68.
- Anwar, S., *Pemahaman Individu; Observasi, Checklist, Kuesioner dan Sosiometri*. (Semarang: Widya Karya, 2009). hal. 168.
- Aristo, S. F., "Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips", *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan*

Start-Up Bisnis, 1.4 (2016), hal 441.

Ayomi, G. (n.d.). *Mengenal Non-Probability Sampling dalam Teknik Pengambilan Sampel*. Retrieved September 05, 2023, from Laboratorium Analisis Data dan Rekayasa Kualitas UB: https://lab_adrk.ub.ac.id/id/mengenal-non-probability-sampling-dalam-teknik-pengambilan-sampel/.

Azizah, A. N. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Lokasi, dan Promosi Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Bakso Pak Bibit", (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan), hal. 69.

Cahyono, Edi, "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta", *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5.1 (2018), hal. 73.

Darmawan, D., *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hal, 2013). hal. 68.

Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. (2020). "Pengaruh Marketing Mix (4P) terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen pada Usaha UMKM", *Jurnal Ekombis Review*, 10(2), hal. 835.

Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, Silvia Aloyna, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT Alamjaya", 7 (2021), hal. hal. 61.

Fadillah, M. (2021). "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Harga terhadap Minat Konsumen Membeli Pelet Ikan di Toko Pakan Sumber Rezeki Desa Mirigambar Tulungagung", (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan), hal. 18.

Firmansyah, M. A., *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018). hal. 122.

Ghozali, I., *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016). hal. 85.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J., & Tamengkel, L., "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang", *Productivity Journal*, 2.1 (2021), hal. 70.

- Guntara, S. P. (2021). "Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal pada Toko Focus Konveksi di Pekanbaru", (Pekanbaru: Skripsi Tidak Diterbitkan), hal. 11.
- Hastuti, M. W., & Anasrulloh, M. "Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung)", *ECOBUSS (Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis)*, 8.2 (2020), hal. 101.
- Kambali, Imam, and Ani Syarifah, "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)", *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10.1 (2020), hal. 7.
- Kasmayadi, et. al., "Pengembangan Instrumen Asesmen Diri Guru terhadap Aktivitas Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan", *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 22.1 (2018), hal. 92.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), hal. 90.
- Kodu, S. "Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza", *Jurnal EMBA*, 1.3 (2013), hal. 1258.
- Koesoemaningsih, R., "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi", *Media Soerjo*, 13.2 (2013), hal. 12.
- Kotler, P., *Kualitas Produk Jilid 6*. (Jakarta: Erlangga, 2011). hal.47.
- Kotler, P., & Armstrong., *Principles of Marketing* (13 ed.). (New Jersey: Pearson Education, (2010).
- _____, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga. hal. 345
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks. hal. 77.
- Kustianti, Dwi Desy Ninik, "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel", *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah*

Psikologi, 7.1 (2019), hal. 87.

Mandey, Jilly Bernadette, "Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild", *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1.4 (2013), hal. 9.

Meidiawati, Karina, and Titik Mildawati, "Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5.2 (2016), hal 8.

Miati, Iis, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar)", *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1.2 (2020), hal. 75.

Nofrita, Ria, "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)", *Jurnal Akuntansi*, 1.1 (2019), hal. 9.

Nugroho, E., *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Keputusan Pembelian Kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan). hal. 1.

Pranatawijaya, et. al., "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online", *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5.2 (2019), hal. 129.

Prasasti, Galih Ayu, and Putri Maisara, "Pengaruh Fasilitas, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Solo Raya", *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9.2 (2022), hal. 277.

Purwanto, Nfn, "Variabel dalam Penelitian Pendidikan", *Jurnal Teknodik*, 6115 (2019), hal. 344.

Jaelani, E., "Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tokopedia di Bandung", *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10.2 (2018), hal. 63.

Lesmana, R., "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology Innovations", *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2.3 (2019), hal. 70.

- Machfudz, M., *Metodologi Penelitian Ekonomi*. (Malang: Genius Media, 2014). hal. 137.
- Muchtarom, M. Z., "Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Mall Wat Tamwil Nurul Ummah", *Journal Of Sharia Ecoomics*, 1.1 (2019), hal. 45.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia. hal. 67.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T., "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan", *SNK PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis)*, 1.1 (2019), hal. 165.
- Nasution, H. F., "Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif", *Al-Masharif: Jurnal Ekonomi dan Keislaman*, 4.1 (2016), hal. 64.
- Pramesti, G., *Statistika Lengkap secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016) . hal. 68.
- Priyatno, D., *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. (Yogyakarta: Gava Media 2016). hal. 97.
- Puspita, A. G., Avita, C. R., & Setiyani, E. R., "Manajemen Strategi Meningkatkan Penjualan Food and Beverages Pasca Covid 19 (Studi Kasus Pada Warunk Mie Gacoan Kabupaten Tulungagung)", *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unita*, 3.1 (2023), hal. 188.
- Ramadhan, R.F., "Implementasi dan Analisis Metode MOORA dan SMART pada Pemilihan Platform Jual Beli Online menggunakan Decision Support System", *KOMPUTIKA: Jurnal Sistem Komputer*, 12.1 (2023), hal. 64.
- Rangkuti, F., *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrandted Marketing Communication*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009). hal. 49.
- Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*. (Bandung: Alfabeta, 2014). hal. 252.

- Riyono, & Budiharja, G. E., "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua", *Jurnal Stie Semarang*, 8.2 (2016), hal. 92.
- Sanjaya, S., "Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan," *Jurnal Ilmiah: Manajemen dan Bisnis*, 16.2 (2015), hal. 112.
- Santoso, K. W., Waluyo, H. D., & Listyorini, S., "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang", *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 3.1 (2013), hal. 12.
- Sari, I. R., & Harti, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian", 18.3 (2021), hal. 444.
- Srihadi, R. H., & Pradana, M., "Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Bandung", *eProceedings of Management*, 8.4 (2021), hal. 3410.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2018). hal 13.
- Sujianto, A. E., *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pusaka Publisher, 2009). hal. 79.
- Suprpto, J., *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990). hal. 33.
- Suari, M. Y., Telagawathi, N. S., & Yulianthini, N., "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian", *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5.1 (2019), hal. 27.
- Supangkat, Aditya Hangga, and Supriyatin, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6.9 (2017), hal. 16.
- Tjiptono, F., *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2014). hal. 21.
- Untoro, J., *Ekonomi*. (Jakarta: Kawah Media, 2010). hal. 39.
- Walukow, A. L., Mananeke, L., & Sepang, J., "Pengaruh Kualitas Produk, Harga,

Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa", *EMBA Journal*, 2.3 (2014), hal. 1748.

Yusup, F., "Uji Validitas dan Reabilitas Istrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*", 7.1 (2018), hal. 18.

Zulaicha, S., & Irawati, R., "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam", *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 4.2 (2016), hal. 134.