

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Jamaludin dkk, “ *PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 21, No. 1(2015), Hal.3
- Achmad Rodli dan S Kalimah, “*Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Promosi terhadap Konsumen Tanaman Hias di Pasar Puspa Agro Sidoarjo.*”, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA, Vol. 3, No. 2(2021), Hal. 303
- Ade Syarif Maulana, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOP*”, Jurnal Ekonomi, Vol. 7, No. 2(2016), Hal. 113
- Andi Ibrahim dkk, *Metodologi Penelitian* (Gunadarma Ilmu:2018), Hal. 44
- Aprihatiningrum Hidayati, dkk. “*Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*”, (Cipta Media Nusantara(CMN):2021) Hal. 1-2
- Bagus Handoko, “ *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*”, Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, Vol. 18, No. 1(2017)
- Budiyanto, “*Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya*”, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 3, No. 1(2018), Hal. 36
- Cahyadi, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*”, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 1(2022), Hal. 63
- Cyrus R. Mehta dan Nitin R. Patel. 2013. *IBM SPSS Exact Tests*. Microsoft Corporation
- Damera Sinaga, *Buku Ajar Statistik Dasar*(Jakarta Timur:UKI PRESS:2014), Hal. 10
- Deisy, M., Lapijan, J., Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 2288-2297.
- Ernawati, Reni, et al. 2021. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta*. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* Vol. 4 No. 2.
- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Fifin Anggraini, Anindhyta Budiarti, “*Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek*”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi(JUPE)*, Vol. 8, No. 3(2020), Hal. 70
- Fifin Anggraini, Anindhyta Budiartri, “*PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN*

- KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN GOJEK*”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol: 8, No. 3(2020)
- Grace dkk, “ *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, Vol. 3, No. 2(2015), Hal. 1008
- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Juniantara dan Sukawati, “*PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*”, Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 11(2018), Hal. 5955
- Karimudin Abdullah, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (2021: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, Aceh) hal. 87
- Kusuma, D. T., Utomo, H., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Salatiga, A. (n.d.). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VENICE PURE AESTHETIC CLINIC SALATIGA. *Jurnal Among Makarti*, 13.
- Ma’ruf Abdullah, *metode Penelitian Kuantitatif*, (2015: Aswaja Presindo, Yogyakarta) hal. 250
- Ma’ruf Abdullah, *metode Penelitian Kuantitatif*, (2015: Aswaja Presindo, Yogyakarta) hal 247.
- Meithiana Indrasari, *pemasaran dan kepuasan pelanggan*, (2019: unitomo press, surabaya)
- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107–122. <https://doi.org/10.36787/jei.v17i2.1175>
- Nuri Andarwulan, dkk. “ *Pengaruh Perbedaan Jenis Kedelai terhadap Kualitas Mutu Tahu*”. Jurnal Mutu Pangan, Vol. 5, No.2(2018), Hal. 66-72
- Riski Wati, Iskandar Alam “*Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi COVID 19*”, Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi dan Pendidikan, Vol. 1, No. 9(2022)
- Rohani, Ety Dwi Susanti, “ *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Warung Bebek Jaya Antika)*”. Religion Education Social Laa Roiba Journal, Vol. 5, No. 4(2023), Hal. 960.
- Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (2017: Alim’s Publishing, Jakarta Timur), hal 109
- Rokhmat Subagiyo, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (2017: Alim’s Publishing, Jakarta Timur), hal. 86

- Rokhmat Subagiyo, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (2017: Alim's Publishing, Jakarta Timur), hal. 91
- Sand Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (2015: Literasi Media Publishing, Yogyakarta), hal. 68
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Septiani, “*Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta)*”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 17, No. 2(2020), Hal. 98
- Soni Sentiana, “*Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*”, *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2(2018), Hal. 247
- Suantini dan K Mandala, “*Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1(2019), Hal. 7044
- Suastini dan Mandala, “*Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 1(2019), Hal.7044
- Syafrida hafni sahir. *Metodologi penelitian*. (2022 : Penerbit KBM Indonesia, Bojonegoro Jawa Timur) hal. 51
- Yugi Setyarko, “*ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE*”, *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 5, No. 2(2016), Hal. 129.