

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2019). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN JAVANA BISTRO BANDUNG*.
- Ahmad Subagyo. (2010). *Marketing In Business* (Pertama). Mitra Wacana Media.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alyssa Milano, Agus Sutardjo, R. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia. *Jurnal Martua*, 3(1), 17. <https://ejournal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. 6(1).
- Bilson, S. (2011). *Memengankan Pasar dengan Pemasaran Efetif dan Profitabel*. PT. Granmedia Pustaka Utama.
- Dan, H., Pengaruhnya, I., Keputusan, T., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2018). *promosi, harga dan inovasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepatu futsal nike di toko akbar ali sport manado*. 2(2), 1381–1392.
- Dharmmesta & Handoko. (2018). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. *PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA*, 18.
- Erpianwan, A. N. A. dan. (2018). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO LILY JAYA PEKANBARU. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fandy Tjiptono. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan. *Riset Akutansi Dan Bisnis*, 14(1).
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa pengaruh harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3–24. Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian PENDAHULUAN
- Firmansyah, I. (2017). *PENGARUH DISPLAY PRODUCT DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UTOMO COLLECTION PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN MAKAM GUS DUR JOMBANG*.

STIE PGRI Dewantara Jombang.

- Ghozali. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gigih, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2010). Consumer behavior (5th International ed.). In *Cengage Learning Inc.*
- Indriastuty, N. (2020). Pengaruh bauran promosi terhadap minat pengunjung Wisata budaya pesta adat Erau. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 61. <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.23264>
- Iqbal, F. (2017). *PENGARUH DISPLAY PRODUCT DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UTOMO COLLECTION PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN pondok Tebuireng.*
- John C. Mowen dan Michael Minor. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ilmu Riset Manajemen*, 4.
- John W Mullins. (2021). Pelatihan Pembuatan Non Medis Manual Serta Sosialisasi Manajemen Pemasaran Pada Era New Normal Di Rumah Pintar Tangerang Raya. *LOKABNAS*, 02, 36–47.
- Kloter dan Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Lubis, desi irana dewi, & Hidayat, R. (2017). *random sampling*. 5(1), 15–24.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 78–94.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., &

- Prima, U. (2019). *Jurnal manajemen*. 5, 45–52.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2016). *Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- 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>
- Vania Senggetang, Silvya L.Mandey, S. M. (2019a). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Vania Senggetang, Silvya L.Mandey, S. M. (2019b). PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO. *EMBA*, 7.
- Yusda, D. D. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House of Shopaholic Di Bandar Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.284>
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MORNING BAKERY BATAM. *INOVASI DAN BISNIS, VOL.4 NO.2*, 125–136.