

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).
- Edwin Zusrony, S.E., M.M., M. K. (2018). *PERILAKU KONSUMEN Di Era Modern* (M. K. Robby Andika Kusumajaya, S.ST., M.M. (ed.)). YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK.
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Book*, 309. <https://b-ok.asia/book/5686392/1c6357>
- Hafizah, N., Artiningsih, D. W., & Putra, D. S. (n.d.). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT . SARIGADING PUSAKA*.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Lestari, R. (2016). Analisis Efek Promosi dan Discount Terhadap Impluse Buying (Studi Kasus Konsumen Mall Kediri Town Square). *Jurnal Nusamba*, 1(2), 27–27. <http://efektor.unpkediri.ac.id/index.php//manajemen>
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Pratama, S. A., & Andayani, N. R. (n.d.). *The Influence of Price , Promotion , and Product Quality on Purchasing Decisions for Batam Batik Products at Dekranasda Batam*. July 2020. <https://doi.org/10.4108/eai.5-10-2022.2325849>
- Rivaldo, Y., Victor Kamanda, S., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon’s Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393–2399.

- Rizky Dwijantoro, Bernadin Dwi, dan N. S. (2022). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE*. 15E, 331. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- 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>
- 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>