

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, D., & Astuti, T. (2011). *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. Asset, 2, 37–45.*
- Dewi, Y. A. (2006). *Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian dan repurchase melalui trial pada Sogo Department Store di Kota Surabaya. 1–6.*
- Fahturrocmann, I., Endang, Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Solihin Musirawas. 6(1), 1–12.*
- Fakhri, R. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Lautan Rezeki Pekanbaru. Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review, 11(3), 255–261. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.283>*
- FEBRIAN, A., & Vina Hapsari, C. A. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Niat Sebagai Mediasi. Buletin Studi Ekonomi, 24(2), 279. <https://doi.org/10.24843/bse.2019.v24.i02.p09>*
- Firdayanti, A., Putri, D. A., Risuandi, D., & ... (2020). *Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... Pendidikan Dan Ilmu ..., 3(1), 301–313. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>*
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService). Perspektif, 16(1), 1–6.*
- Ikhwan, W. K. (2019). *Mempertahankan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19. Artikel, 42–49.*

- Khoirotul, N. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Pakaian dengan Sistem Online dan Offline ditoko BibiShop dab Grosir Nganjuk (Studi Komparasi)*. *Pakistan Research Journal of Management Sciences*, 7(5), 1–2.
<http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMNLe80Sep7Q4y9f3OLCmr1Gep7JSsKy4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGptk%2B3rLJNuePfgex43zx1%2B6B&T=P&P=AN&S=R&D=buh&K=134748798%0Ahttp://amg.um.dk/~media/amg/Documents/Policies and Strategies/S>
- Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Lestari, S., Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Cv. Davindo Jaya Semarang*. *Journal of Management*.
- Mulyandi, M. R., & Sani, E. P. (2020). *Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia)*.
<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbyfeve=ZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMTkyMTIvMTgyZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2L3N0YXRpc3Rpay1lLWNvbW1lcmNlTIwMTkuaHRtbA%3D%3D&twoadfnoarfeauf=MjA>
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar*. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1),

47–61. <https://doi.org/10.37476/massaro.v1i1.644>

Rahma, E. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. *Skripsi*, 2(1), 1–84.

Selang, C. A. . (2018). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.

Sugianto Putri, C. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.

Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>

Virsa Putri, T., & Setyo Iriani, S. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417–1428.

Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). *Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee*.

Weenas, J. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk*

- Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 29(1), 59–66.*
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). *Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 61–64. <https://doi.org/10.51805/jpbm.v1i1.12>*
- Wulandari, D. P., & Ariyanti, M. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sejiwa Coffee. Jurnal Mitra Manajemen, 3(1), 57–71. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i1.179>*
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. OSF Preprint, 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>*
- Adiyanto, Y. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Ranginang (Rengginang) Di Kabupaten Pandeglang. Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, 13(02), 267–276.*
- Amir, M., & Ishak, A. A. R. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Makassar. Movere Journal, 1(1), 25–32. <https://doi.org/10.53654/mv.v1i1.30>*
- Anbiya, N. N., Sofyan, A., Komunikasi, P. M., Komunikasi, F. I., & Bandung, I. (2021). *Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen Dalam survey Blackbox , dalam sebuah lembaga survey yang berbasis di Negara*

Singapura ini bersama Toluna bertajuk *Into The Light : Understanding What Has Changed for Consumers During Covid-19* . 130–137.

Anwar, Q. (2014). Pengaruh program promosi penjualan terhadap minat beli harian kompas di surabaya selatan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/8023%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/8023/8270>

Ardhiansyah, R. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Pada Optik Permata. *X*, 350–364. <https://doi.org/10.35724/mjbm.v4i2.4202>

Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Wareg Bengkulu. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/download/12/12>

Asdiansyuri, U. (2020). Analisis Pengaruh Religiusitas, Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Kasus Pada STIE AMM Mataram). 6(2).

Astika, A. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Terhadap MInat konsumen Untuk Membeli Produk Pada Zoya Palembang. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.

Ayatina, W. P., & Sumarmi, S. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Penataan Produk Dan Suasana Mall Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Pada Ramayana Departement Store Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 10(2), 203. <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2420>

Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko

- Kaos Nias Gunungsitoli. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Darmanto, A., Pradiani, T., & Ruspitasari, W. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Bukalapak.Com. JUBIS : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 02(01), 20–33.
- Dian, P., Nadhar, M., & ... (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Minat Beli pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. YUME: Journal of ...*, 3(3), 65–83. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.34>
- Dwi Nurmala Sari, B. S. (2020). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN PT.VARINDO LOMBOK INTI Diajukan. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Eliza, R., Sinaga, M., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Youtube Beauty Vloger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik maybelline di Indonesia). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 63(1), 187–196. www.pixability.com
- Fadli, M. F. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada Pt. Telkom Pontianak. Jurnal Ekonomi Integra*, 11(1), 001. <https://doi.org/10.51195/iga.v11i1.148>
- Febiana, D. (2014). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian pada Bikerâs Resto dan Cafe di Kota*

- Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 16(1), 84966.
- Febriyani, F. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 243–247.
- Fikri, M. H., & Sahdandi, S. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepatu*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(1), 7–11.
- Fitri, K. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia E e series*. *Jurnal Manajemen*, 100, 1–13.
- Herdioko, J. (2018). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk Kopi Secara Daring: Studi Kasus Pada Situs Internet Otten Coffee*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 129. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2017.122.292>
- Hilmawan, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang)*. *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3), 154–166.
- Hinestroza, D. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffe Semarang*. 7, 1–25.
- Kara, A. (2016). *Prhad*. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 5(1), 44–49.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). *Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh*

- Brandambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Niagawan, 8(3), 197. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>*
- Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen, 8(1), 21–34.*
- Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa, 1(1), 33–49.*
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>*
- ll. Arlina, E. Rini, H. M. (2016). Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot Umkm Kisaran. Jurnal Ilmu Manajeme, 1–9.*
- Manalu, O. (2019). Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. Jurnal Ilmiah “JUMANSI STINDO,” 1(1), 26.*
- Marzuki, A. (2018). Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat sebagai Variabel Intervening. Artikel, 63–77.*
- Mia Indriani. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen pada Calysta skin Care Klinik kota Sukabumi. Artikel, 59, 87–97.*

- Mualamah, M. syafii, & Jamereng, A. (2020). *Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Artikel, 4(April), 73–81.*
- Mulyani. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bima Sakti Mutiara. Skripsi. <https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>*
- N. Lontoh, M. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendeand. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(01), 515–525.*
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO, 1(1), 47–61. <https://doi.org/10.37476/massaro.v1i1.644>*
- Natalia, P., & Mulyana, D. M. (2014). *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. 2(2), 119–128.*
- Nurgiyantoro. (2019). *Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu merek Fladeo di Basko Grand Mall Padang. 1–11.*
- Nurvidiana, R. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “ Jurnal Administrasi Bisnis, 22(2). <https://media.neliti.com/media/publications/82799-ID-pengaruh-word-of-mouth-terhadap-minat-be.pdf>*

- Nuvia Ningsih, D., Wahyu Hidayat, C., & Rusno, R. (2020). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth. Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–6.
<https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4464>
- Pane, D. (2016). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Topjer (Studi Kasus pada Akun Line @ topjer _ food). JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 4(2), 166–175.
- Prabawani, B. (2020). *Pengaruh Promosi dan Persepsi Nilai Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen CICIL.CO.ID Di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 1–10.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Pratama, Y. A. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiara Arah Condong Stabat. Skripsi*, 2.
- Pratiwi, R. N., & Untari, S. I. (2020). *Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Berkebutuhan Khusus*. 7(1), 35–47.
- Rahadian, D., & Pratomo, A. (2013). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Penjualan Kamar di Hotel Benua Bandung. Binus Business Review*, 4(2), 776–790. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i2.1393>

- Redaputri, A. P. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- Ririn Arifah. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. 14(02), 634. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Samsuri, T. (2003). Kajian Teori , Kerangka Konsep Dan Hipotesis dalam Penelitian. *KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS DALAM PENELITIAN*, 1–7. http://repository.unp.ac.id/1656/1/TJEJEP_SAMSURI_209_03.pdf
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.9>
- Saribu, H. D. T. dan, & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. *Astragraphia Medan. Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218.
- Setiawan, L. H., & Budiastira, I. W. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(5), 869–880.

- Solihin, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sumawijaya, R. N., & Wibi Garini. (2016). *Analisis Pengaruh Periklana dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Alfamart Cabang Soekarno Hatta No 791 Bandung*. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(April), 5–24.
- Suryanti, E., & Lesmana, H. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM*. 13(1), 60–72.
- Tambunan, Y. S., & Sinaga, N. A. (2021). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Omzet Penjualan Pada CV. Graha Mineral Arsi Sibolga*. *Akrab Juara*, 6(3), 14–29.
- Tehuayo, E. (2018). *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Perilaku Pembelian Produk Yamaha Mio*. *Jurnal SOSOQ Volume 6 Nomor 2, Agustus 2018*, 6(2), 25–34.
- Tri kristiono. (2015). *Pengambilan Keputusan Kpnsumen dalam Memilih Tempat Berbelanja Di Kecamatan Malalayang Kota Manado*. 3, 2015. <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- Tun Ganyang, M. (2019). *Pengaruh promosi penjualan dan brand knowledge terhadap minat beli sepeda motor Yamaha*. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi*

Bisnis, 2(1), 71–80. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i1.62>

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>

Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., V(1), 124–143.

Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan-Strategi-Dan-Sistem-Penjualan. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15. <https://www.neliti.com/id/publications/134744/penyusunan-strategi-dan-sistem-penjualan-dalam-rangka-meningkatkan-penjualan-tok>

Wiwi Kurnianingsih, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.

Yoebritanti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.

Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Positioning Serta pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang. 18(2), 79–92.

- Yunita, R. D., Yulianeu, Tri, A. H., & Gagah, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 3(3), 1–7.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *OSF Preprint*, 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Amirullah, SE., M. . (2015). Populasi Dan Sampel. *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303.
- Arifin, M., & Asfani, K. (2014). Instrumen Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Pengembangan. *Implementation Science*, 39(1), 1–24. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577><http://>
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Wareg Bengkulu. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21.

<http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/download/12/12>

Effendy, M., Marlin, T., & Mulyana, M. (2009). Pengaruh StruktulModal Terhadap Resiko Keuanagan Perusahaan (The Influence of Capital Structure to Financial Risk of Company). Jurnal Ilmiah Kesatuan, 11(1), 69–77.

Helmina, B. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di Ud. Istana Alumunium Manado. Jurnal EMBA, 1(3), 217–224.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2073/1646>

Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, 18210047, 1–13.

Kusuma, E. I., Surya, J., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Pengetahuan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa, 1(1), 33–49.

Kusumah, A., & Sailawati. (2020). Jurnal Eksis ISSN : 0216-6437 ISSN 2722-9327 (online) Jurnal Eksis. Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah, 16(1), 97–105.

Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap

- Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7(1), 90–99.*
<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lestari, F. (2013). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung. Artikel Ilmiah, 14–15.*
- Luh Eprima Dewi, N. T. H. L. G. E., & Sulindawati. (2015). ANALISIS PENGARUH NIM, BOPO, LDR, DAN NPL TERHADAP PROFITABILITAS (Studi Kasus Pada Bank Umum Swasta Nasional Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). E-Journal SI Ak. Universitas Pendidikan Ganesha, Vol 3 No.(5).*
- Manalu, O. (2019). Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. Jurnal Ilmiah “JUMANSI STINDO,” 1(1), 26.*
- Marzuki, A. (2018). Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat sebagai Variabel Intervening. Artikel, 63–77.*
- Mulyani. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bima Sakti Mutiara. Skripsi. <https://emea.mitsubishielectric.com/ar/products-solutions/factory-automation/index.html>*
- Nana, D., & Elin, H. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian*

- Bidang Ilmu Manajemen. Jurnal Ilmu Manajemen, 5(1), 288.*
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>
- Nasution, L. M. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF. Jurnal Hikmah, 14(10).*
<https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Prajitno, S. B. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif. Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.(Tersedia Di Http://Komunikasi. Uinsgd. Ac. Id).*
- Rahsel, Y. (2016). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai administrasi pusat Universitas Padjadjaran Bandung (studi pada bagian Administrasi Umum UNPAD). Jurnal Manajemen Magister, 02(02), 208–220.*
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/902/596>
- Sabrina, H. (2020). PENGARUH LOYALITAS DAN INTEGRITAS TERHADAP KEBIJAKAN PIMPINAN DI PT . QUANTUM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Ekonomi Dan Bisnis, 2–18.*
- Salma. (2021). Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. 3(2), 6.*
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). Jurnal Manajemen Maranatha, 18(2), 148–158.*

<https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>

Setyaningsih, S. (2020). Penguatan Sumber Daya Manajemen Pendidikan Melalui Analisis Jalur (Path Analysis) & Metode Sitorem.

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. Universitas Udayana, 18.