

DAFTAR PUSTAKA

- AGATHA, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Angel, B. (2016). *KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA*. 16(1).
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55. <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>
- Halim, N. R., Iskandar, D. A., Bisnis, F., & Teknologi, I. (2019). *TERHADAP MINAT BELI*. 4(3), 415–424.
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43. <https://doi.org/10.32524/jkb.v16i1.364>
- Hidayat, A., Triyani, D., & Prapti, L. (2019). the Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Furniture Purchase At Pt. Jati City

Furindo Jepara. *Economics and Business Solutions Journal*, 3(2), 67.
<https://doi.org/10.26623/ebsj.v3i2.1598>

Jacob, A. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).

Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51.

Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, XVIII(1), 59–66.

Lokasi, P., Dan, P., Harga, P., & Keputusan, T. (2019). 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>

Lq, L., Lv, F., Lpsruwdqw, D. Y. H. U., Lq, I., & Dfwlylwlhv, P. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23.
https://doi.org/10.26460/ed_en.v2i3.1594

Mastuti, I. G. A. M., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Iklan dan Citra

Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda pada Dealer PT. Mertha Buana Motor di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 448–453.

Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah. (2019). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar The Effect of Brand Image , Quality Product , and Price To The Purchase Decision of Converse Shoes in Makassar untuk digunakan sehari-hari , mulai. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika*, 16(2), 135–168.

Moloku, S. O., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 98. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23568.98-106>

Nangoy, C. L., Tumbuan, W. J. F. A., & Program, M. (2018). the Effect of Advertising and Sales Promotion on Consumer Buying Decision of Indovision Tv Cable Provider. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1228–1237. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20179>

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>

Prijaya, A., & Santoso, T. (2019). Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1).

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>

Priskilia, & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Iklan Promosi Penjualan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay Di Wilayah Jakarta. *Kwik Kian Gie*, 9(1), 13–22. <https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/607>

Purwanti, A. A. (2019). PENGARUH LIFE STYLE, KUALITAS PRODUK DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Astri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)

Revita Ela, M. L. D., Frimayasa, A., & Kurniawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Managerial - Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 10–10. <http://journal.stie-kusumanegara.ac.id/index.php/managerial/article/view/23>

Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>

Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi*

Asia, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>

Saputra, I., Lewangka, O., & Munir, A. R. (2020). The Influence of Product Quality and Promotion on Repurchase Pertamina through Consumer Satisfaction in Makassar City. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 2(2), 79–92. <https://doi.org/10.26487/hjbs.v2i2.338>

Sari, M. P., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk YOU. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 2(1), 1–8. <http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/510>

Sukanto, A. N., Kusumawati, A., & Abdillah, Y. (2019). The Influence Of Advertising and Sales Promotion Toward Consumers Purchase Decision (Survey on Brawijaya University under-graduate student as Nescafe consumer). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 74(1), 67–75.

Triputranto, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa (Studi kasus Di Indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.32493/drb.v3i2.6292>

Ulza, E. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(1), 59–66.

Yayan. (n.d.). *Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko hepi fashions branded cikarang pusat bekasi*. 1–19.

Zulfikar, A., & Subarsa, K. Y. (2019). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Di Televisi Terhadap Brand Awareness Bukalapak Pada Pengunjung Kota Kasablanka. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17.
<https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.288>