

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel-variabel yang relevan berkaitan dengan Keputusan Pembelian diluar Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi. Dengan menjadikan variabel lain sebagai Variabel intervening sehingga hasil akan menjadi berbeda. Dengan harapan hasil penelitian lebih akurat dan memiliki manfaat yang jauh lebih besar, sehingga perusahaan dapat meningkatkan Keputusan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. D. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Agung, M. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oli Kendaraan Merek Shell Pada Pt. Dinamika Lubsindo Utama.*). Edutech Consultant Bandung Jurnal Aksara Public Volume 3 Nomor 3 Edisi Agustus 2019 (142-153).
- Anim, A. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)* . Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Issn: 2528-1208 (Print), Issn: 2528-2077 (Online). Volume 5, No. 1, Juni 20.

- Aptaguna, A. D. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Issn : 2337-7313. Vol. 3 : 49-56.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grafindo.
- Diana, F. T. (2016). *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi.
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Firdausy, C. M. (2017). *Effects Of Service Quality, Price And Promotion On Customers' Purchase Decision Of Traveloka Online Airline Tickets In Jakarta, Indonesia*. International Chubb Insurance, Jakarta Office, Jakarta, Indonesia: Volume 3, Issue 2, January 2017, Pages 42-49.
- Hakim, A. K. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Pt. Banyumas Denpasa*. Isbn: 978-602-98081-7-9 Jambi, 27 – 28 Oktober 2017.
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol. 6, No. 2, Hal. 1-18.
- Kotler, P. A. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. D. (2018). *Principles Of Marketing*. Globa; Edition Person.
- Maddinsyah, A. (2020). *Analysis Of Purchasing Decisions Based On Sales Promotion And Service Quality*. (Received: Februari 15-2020; Revised: June 12-2020; Published: June 30-2020).

- Nugraheni, F. O. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Mc Donald's Pada Konsumen Di Yogyakarta: Melalui Pendekatan Merek Hijau*. Universitas Islam Indonesia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purba, P. Y. (2020). *Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions On Purchasing Motorcycle Parts*. Received 18 May 2020 International Journal Of Social Science And Business.
- Puspitasari, P. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Dd Tour Organizer Malang)* . Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Putra, Ramdani Bayu. (2020). *Modal Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*
- Rahman, F. N. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Mikro Di Kota Semarang*. Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Rahmawati, Y. (2018). *The Effect Of Product Quality, Brand Trust, Price And Sales Promotion On Purchase Decisions On Royal Residence Surabaya*

(Case Study In Pt. Propnex Realti Visit). (International Journal Of Integrated Education, Engineering And Business).

Saladin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Andi.

Sholihat, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie*. Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Sianturi, C. I. (2020). *The Influence Of Service Quality And Promotion On Consumers' Repurchase Decision With Shopping Life Style As A Variable Moderating At Franchise Minimarket In Medan*. E-Issn: 2349-9788; P-Issn: 2454-2237.

Wulandari, P. P. (2018). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota (Studi Pada Konsumen Pt Nasmoco Majapahit*. Semarang: Jurnal Manajemen Dan Bisnis.