

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin. (2019). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS ORGANIK DI JAKARTA. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 1–8. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Arikunto. (2012). *Prosedur Penelitian*.
- Astuti, R., Ardila, I., Rahman Lubis, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Sumatera Utara Jl Kapten Muktar Basri No, U. (t.t.). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes* (Vol. 2, Nomor 2).
- Ekky Suti Wibisono. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO*.
- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE* (Vol. 7, Nomor 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program*.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program*.
- Hairudin, & Hasbullah. (t.t.). *PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SUBSIDI VILLA SUTRA PADA PT. MITRA SABURAI PROPRTI*.

- Hairudin, & Hasbullah. (2023). *PENGARUHPROMOSI,HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANPERUMAHAN SUBSIDI VILLA SUTRA PADA PT. MITRA SABURAI PROPERTI*.
- Hidayat, T. (t.t.). *ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Kasanti, N., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. Dalam *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 04).
- Khaira Sihotang, M. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK PT.HNI HPAI)* (Vol. 01, Nomor 02). <http://trianglesains.makarioz.org>
- Kotler & Amstrong. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2008a). *Prinsip Prinsip Manajemen*. Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Marketing and Introduction* (13 ed.). Person Education.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008b). *Dasar-Dasar Pemasaran* (12 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Erlangga.
- Kotler Philip, & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. Erlangga.
- Kuswardani, D. C., & Wibisono, N. T. (2018). STRATEGIC ROLE OF SALES PROMOTION IN INCREASING THE NUMBER OF VERMOX DRUG SALES. *Economics & Business Solutions Journal*, 2(2), 1–7.
- Lailatul Aqidah, E. K. D. P. W. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. JUGLE DI SITIBONDO INTERVENING*.

- Langgeng Kurnia Intan Devi. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKET PLACE SHOPEE*.
- Lestari, A., & Hasibuan, M. Z. (2020). *PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SUBSIDI MULIA GARDEN (STUDI KASUS PERUMAHAN SUBSIDI MULIA GARDEN DESA NAGA REJO)*. <http://u.lipi.go.id/1487664422>
- Lukito, W. A., & Fahmi, A. (2020). *Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa*. www.websindo.com,
- Philip, K., & Keller, L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (edisi 1). Erlangga.
- Philip, K., & Kevin Lane, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Erlangga.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). Dalam *Journal Management* (Vol. 20, Nomor 1).
- Sekaran. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salembaempat.
- 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>
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. ALFABETA.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*.
- Thabit H. Thabit & Manaf B. Raewf. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4).
<https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>
- Thomson. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality And Satisfaction*. ANDI.
- Tulanggow, S. G., Tumbel, T. M., Walangitan, O., Administrasi, J. I., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3).
- Yessi Septiyani Ratna Dilasari Yessi. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RABBANI STORE DI KOTA MAGELANG*
Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.