

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Adriani, V., & Realize. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam. *Jurnal Pundi*, 169-180.
- Agus, & Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Amanah, Dita, & Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Belanja Hedonis Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*, 10-18.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *Jurnal Ekonimi*, 1-14.
- Andriani, M., Santi, V., & Mustika, R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Pada Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2014-2016. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 1-14.
- Anggelina, R. T., & Sanjaya, V. F. (2021). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business And Entrepreneurship Journal (Bej)*, 1-8.
- Anshari, R. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online Dan Tingkat Kepuasan Membeli (Studi Korelasional Tentang Strategi Penjualan Produk Fashion Melalui “Instagram” Terhadap Kepuasan Membeli Mahasiswa Fisip Usu). *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 227-242.
- Antara, I. M. R. S., & Rastini, N. M. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 223–226. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1273>.
- Arianto, N. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan*, 143-154.

Armstrong, & Kotler. (2015). *Marketing An Introducing Pretiece Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.

Basu, S. (2015). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia(Ikapi).

Basu, S., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Bunga, A., & Hermansyur. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 64-72.

Busrol, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Di Hanni Pratama Trans. *Bima : Journal Of Business And Innovation Management*, 517-531.

Cahya, A. D., Nurhajati, & Basalamah, R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *Jurnal Riset Manajemen*, 132-143.

Cahyono, S. A. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*. Bandung: Pt Angkasa Pura.

Cennatai, A., & Purba, T. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Saf Mitra Abadi. *Motivasi Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 766-775.

Dewi, N. S., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian,. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3784–3813.

Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Asset : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 52-59.

Diyagitama, A. A., Sumarsono, H., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Artomoro Celluler. *Isoquant : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 58 - 65.

Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Adbispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 107-115.

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Fandi, T. (2014). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy, T. (2012). *Strategi Pemasaran, Ed. 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy, T., & Gregorius, G. (2013). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Fitria, A., & Imam, H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, N. C., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Padakedai Ingat Kopi Kota Sorong. *Productivity*, 384-389.
- Hakim, A. K., & Pramudana, K. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Pt. Banyumas Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Aimi*, 90-103.
- Husfah, F. M., & Hadi, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dea Cake And Bakery Kepanjen Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 550-555.
- Irawan, I. A., & Kamil, I. (2022). Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Ditinjau Dari Pengaruh Faktorpromosi Penjualan, Brand Image, Dan Harga. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (Jpmk)*, 9-18.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Emba*, 1251-1259.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi. 13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kuncoro. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., Jochen, W., & Jacky, M. (2012). *“Pemasaran Jasa”*. Edisi Ke 7. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manoy, Tirta, I., Lisbeth, M., & Rotinsulu, J. J. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *Jurnal Emba*, 314-323.
- Nabila, L. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchiseminuman(Studi Pada Konsumen Minuman Chatimedi Lippo Plaza Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 1034-1040.
- Nasution, A. E., Linzzy, P. P., & Taufik, M. L. (2019). “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan”, Dalam Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan,. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 194-199.
- Nur, N. A., & A. S. (2021). The Influence Of Service Quality And Sales Promotion On Purchase Decisions At Aci Mas Jay's Meatballs Bandung City. *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik (Sobat)*, 333-336.
- Nurfadila, B., & Rustam, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Trans Retail. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 149-155.
- Nurlaini, N., Joko, S., Damarsari, R.E., Abdul, T.B.B., 2021. The Influence of Advertising, Sales Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty of Bank Jatim Indonesia. *Internasional Journal of Enterpreneurship and Business Development*. Vol. 4, No. 3, (2021), May, 2021.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Emba*, 3068 – 3077.

- Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2019). Effect Of Service Quality And Promotion On Purchase Decisions And Their Implication On Customer Satisfaction. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 51-62.
- Prabowo, A. J., & Sitio, A. (2020). The impact of brand image, sales promotion, service quality towards customer satisfaction and its implications on customer loyalty at X Department Store Kota Kasablanka Jakarta. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(2), 267–278. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i2.656>.
- Ratnasari, R. T., & Mastuti, A. (2011). *Manajemen pemasaran jasa : teori dan jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- S, A. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- S, M. A. (2017). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksar.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. *Jurnal ekonomi*, 411-419.
- Sanjaya. (2015). *Model Pengajaran Dan Pembelajaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Saputro, R. M., & Kamal, M. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada Grand Panorama Resto semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1-14.
- Septarina, M. A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk . *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 207-216.
- Sheila, A., & Adhi, P. (019). Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 348-359.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *Jom Fisip*, 1-15.
- Situmorang, & Lutfi, M. (2014). *Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Sugianto, e. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 174–184.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2018). *Marketing in Practice. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 41-54.
- Suharsono, Riyanto, S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 41-54.
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (ketiga)*. Jakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tan, E. R. (2011). Pengaruh Faktor Harga Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Di Alfamart Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 25-30.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offsite.
- Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 371 –377.
- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *JURNAL SeMaRaK*, 1–12.
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 1-13