

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., & Pelawi, S. P. 2015. Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonisme (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quonomic*, III(02), 10-18
- Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Arifin, M. Z., & Azhari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, V(2), 116–123. <https://doi.org/10.23971/jaq.v2i2.832>
- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences \- Elsevier*, 222, 324–331. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Ilmu Amnajemen Dan Kewirusahaan*, I(10.46306), 136.
- Ghozali, P. dr. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Kotler and Keller (2016). *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson.

- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Murwatiningsih, sri setyaningsih. (2017). Pengaruh Motivasi, Promosi Dan Citra Destinasi Pada Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(2), 123–133.
- Prasetio, B., & Rismawati, Y. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(2), 57–65. <https://doi.org/10.31955/jimea.vol2.iss2.pp57-65>
- Priansa, D. Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabetha
- Sara, F. M., Ningsih, C., Andari, R., Katering, M. I., Pendidikan, F., & Pengetahuan, I. (2017). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *Journal Gastronomi Tourism*, 4(229), 6–18. <https://ejournal.upi.edu/index.php/gastur>
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi 1 and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septianto, G. W., Diponegoro, U., & Diponegoro, U. (2017). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Hypermart paragon Semarang (Studi kasus pada konsumen hypermart paragon semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 174–178.
- Sitepu, A., Agus, & & Ds, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gelael Supermaret

Citraland Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1085–1095.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*. CV 1wsd R&D Bandung Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta, Pustaka Baru, 978-602-08, 255 halaman, 22 cm.

Tiara Retno Palupi. (1995). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Handphone Di Toko Surya Phone Dan Radja Ponsel Di Samarinda. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen*, 44(8), 849–850.

