

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).
- Akbar, M. F., & Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 280-286.
- Amrihani, A., Yunarsi, Y., & Harianti, H. (2020). Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19.
- Ananingsih, T., Hasiholan, L. B., & Wahyono, E. H. (2018). Pengaruh kualitas produk, promosi, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk johnson and johnson Indonesia. *Journal of Management*, 4(4).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen woles chips. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(4), 441-447.
- Baskoro, B. H., & Mutholib, E. A. (2020). Sosialisasi Pengaruh Penggunaan Smartphone dan Internet Bagi Anak dan Remaja di Lingkungan Wilayah Jagakarsa. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(2), 222-228.
- Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA – Vol. V, No. 1*, 2252-5483.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Bandung PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera*.
- Datuela, A. (2013). Strategi public relations pt. Telkomsel branch manado dalam mempertahankan citra perusahaan. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2014). *Manajemen pemasaran*, BPFE: Yogyakarta. *Buchari Alma*.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130-146.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Journal homepage: <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>*, 37, 44.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31- 38.
- Hidayat et al. 2018. The Influence Of Job Satisfaction, Motivation, And Organizational Commitment To Employee Performance. *International Journal Of Scientific & Technology Research* Volume 7, Issue 7, July.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Khasanah, I. (2011). Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise. *Jurnal asset* 13 (1), pp : 155-163.
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Edisi Kesebelasan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I* Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management* 14th edition. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition. Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Lestari A, N., & Tresnawati, S. (2020). Komparasi Algoritma K-Means dan K-Medoids Untuk Mengganti Strategi Promosi Di Politeknik TEDC Bandung. *Komparasi Algoritma K-Means*, TEDC Vol. 14 No. 2.
- Lubis, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman. *MBR (Management and Business Review)*, 5(1), 29-39.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Pasaribu, R. F. A., Kakana, L. A., Hutahuruk, T. E., & Hutasoit, E. A. (2019). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli pada PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk Lubuk Pakam. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(1), 183-194.
- Pratama, B. S., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung Di Event-Event Kampus). *Journal of Management*, 3(3).
- Pratama, J. W. (2023). Pengaruh Proses Rekrutmen Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Produksi Perumda Tirta Mayang Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 4(3), 98-103.
- Rahmadani, F., & Andriani, S. (2021). Strategi public relations dalam membangun citra perusahaan melalui pameran indonesia international motor show (iims). *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 38-59.
- Rahmi, S., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-WoM terhadap citra perusahaan dan dampaknya terhadap niat beli konsumen pada situs online Shopee. *Id. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75-84.
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150-160.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301- 313.
- Sulaeha, A. (2013). *Pengaruh Karakteristik Individu terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Circle-K di Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hassanuddin).
- Sutrasmawati, R. E. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150- 163.
- Syarifuddin, S., Ilyas, & Sani, A. (2021). Pengaruh Persepsi Pendidikan & Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Dikota Makassar. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2).
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Tjiptono, F., & Diana. (2015). Pelanggan Puas? Tak Cukup! Plus: contoh spesifik riset kepuasan dan ketidak puasan pelanggan, strategi mewujudkan kepuasan pelanggan. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono. (2013:73). *Strategi Komunikasi Pemasaran*.
- Wijaya, M. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA.1* (4), pp : 105-144.
- Wijaya, M. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA.1* (4), pp : 105-144.