



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Kotler P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler P., Chernev, A., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan UMM.
- Ravianto, J. (2014). *Produktivitas dan Pengukuran*. Binaman Askara. Jakarta
- Siagian, S. P. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi

Jurnal :

- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (n.d.). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita jaya buyungon amurang*. Productivity. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Nuvia Ningsih, D., Wahyu Hidayat, C., & Rusno, R. (2020). Pengaruh Strategi promosi dan social media terhadap minat beli Garskin Yang Dimediasi word of mouth. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4464>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di kota tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>
- Prihanto, A., Huzaiifi, A., Idvan, I., Yopi, Y., & Ahidin, U. (2021a). Pengaruh Strategi promosi Terhadap Keputusan pembelian konsumen Pada Alfamart Pondok Pucung Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 111. <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14515>



Sari, R. M., & Prihartono, P. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Survey Pelanggan Produk Sprei Rise*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1573>

Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh kualitas produk, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27–37.
<https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.18>

Suyoto, I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian H&M di Mall Kelapa Gading.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1024/1/21160043%20-%20IYAN%20-%20awal.pdf>

Widayani, A. (n.d.). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram*.

Website :

Uli. (2021, December 29). *Konsumen Belanja Online ri melonjak 88 Persen pada 2021*. *ekonomi*.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang