

DAFTAR PUSTAKA

- Aptaguna, & Pitaloka. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vape Pada Pelanggan Di Toko Vapetoblack. *Journal Universitas Darma Persada*, 53(9), 1689–1699.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36. <https://doi.org/10.32493/jee.v3i1.7272>
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE BUKALAPAK. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Ayumi, & Budiarmo. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1–24.
- Faisal hardiyansyah. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Profability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 1.
- Fandy Tjiptono. 2006. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Govoni, N. A. (2012). Promotion Mix. *Dictionary of Marketing Communications*, 419–429. <https://doi.org/10.4135/9781452229669.n2893>
- Gustiani, Heny; Septayuda, I. (2019). Kualitas Pelayanan dan Lokasi Pemasangan Iklan Media Outdoor dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Seminar Hasil Penelitian FEB*, 201–207. [http://eprints.binadarma.ac.id/4151/1/Artikel Prosiding Seminar Hasil.pdf](http://eprints.binadarma.ac.id/4151/1/Artikel%20Prosiding%20Seminar%20Hasil.pdf)

- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2002). *BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1*. 1–64.
- Indah, & Cahya, A. F. (2017). *Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional*. 10–27.
<http://repository.unimus.ac.id/806/>
- Kambali, I., & Syarifah, M. M. A. (2020). *PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)*. 10, 1–8.
- Kevin Marcelino. (2020). Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk Di Surabaya. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Marakas dan O'Brien (2017, 7). (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Pati, D. I. K. (2016). *133954-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-d* *Jurnal*. 8(2), 92–121.
- Philip Kotler. (2005). Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia. In *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*. PT Indeks, Jakarta.
- Pratama, R. B. (2019). Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 28–55.
- Rangkuti. (2009). *The power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto. (2020). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian rumah di cluster iskandar muda (studi kasus PT.Surya Metal Berjaya)*. 1–195.
- Rofifah, D. (2020). Kajian Pustaka Manajemen Pemasaran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Rustiyaningsih, S. (2013). Widya Warta No. 02 Tahun XXXV / Juli 2011. *Faktor-*

Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak, 01, 140–151.

Setiawan, Y. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berkunjung Pada Cafe Taman Selfie Di Kota Binjai. *Library Universitas Sumatera Utara*, 44–85. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30230/4/Chapter II.pdf

Sianturi, D. (2021). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota, 1(3)*, 82–91.

Siti Sakinah. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang). *Angewandte Chemie International Edition, 6(11)*, 951–952., 6–43.

Sriwindarti. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online GrabBike di Ponorogo. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 1(1)*, 1–171. <http://etd.eprints.ums.ac.id/14871/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/%0Ahttp://jukeunila.com/wp-content/uploads/2016/12/Dea>

Swastha, Basu DH. 2010. Manajemen Penjualan .Yogyakarta: Penerbit BPF.

Untag. (2014). Non probability sampling Menurut Sugiyono (2017). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 31–44. <http://repository.untag-sby.ac.id/8172/27/BAB3.pdf>

Villela, lucia maria aversa. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699.

Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Wibowo, P. C. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah*. 24–33.

Zamrodah, Y. (2016). ~~濟無~~*No Title No Title No Title*. 15(2), 1–23.

