

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Jurnal Penelitian

- Andis, A., Risal, M., & Usman, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25-31.
- Arsi, A., & Herianto, H. (2021). Langkah-langkah Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS.
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.
- Decianita Rudiana, V. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Winnie's Wedding Organizer & Decoration Di Sukabumi (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SANGGA BUANA).
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Herdayati, S. P., Pd, S., & Syahrial, S. T. (2019). Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian. *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689-1699.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99-102.

- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764-773.
- Jasmani, J. (2019). Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan. *Jurnal Semarak*, 1(3), 142-157.
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Mustofa, M. T. L. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341-349.
- Kuncoro, A. D. (2021). Hubungan Kekuatan Otot Lengan Dan Panjang Lengan Dengan Hasil Servis Atas Bola Voli. *Jurnal Porkes*, 4(2), 118-125.
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *JURNAL Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 137-145.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 20-29.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 49-64.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pengunjung di minimarket menggunakan metode regresi linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1-12.
- Oktri, A., & Rama, C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ertos Buaran. *SI Manajemen*, 1-22.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (studi kasus konsumen alfamart cabang ayahanda). *Jumant*, 9(1), 13-25.

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.
- Putra, J. A. (2021). *PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN NASABAH BANK BRI UNIT CANDIPURO* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Rudini, A. (2024). *Sistem informasi manajemen*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi*, 1(1), 232801.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.
- Saputri, A. D., Handayani, S., & DP, M. K. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT Putra Karisma Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 25-42.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sentika, P., & Nurwulan, L. L. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Intelektual Dan Kecerdasan Spiritual Auditor Terhadap Kualitas Audit. *Brainy: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Mahasiswa*, 4(1), 7-19.
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174-184.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.

- Uno, H. B. (2020). Paradigma Penelitian. *E-Prosiding Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo*.
- Vitrianingsih, D., Aulianingsih, I., & Yuliani, H. (2021). Analisis kebutuhan pengembangan modul elektronik (e-module) ipa terintegrasi islam. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika*, 5(1), 27-37.
- Wafiroh, A. (2018). *Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah (Studi empiris Kabupaten dan Kota Di Jawa Timur Indonesia Periode tahun 2014-2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Wahyuniardi, R., & Nababan, H. R. (2018). Pengaruh kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja karyawan. *Jurnal Teknik Industri*, 19(2), 118-126.
- Wibowo. (2022). *Importance Performance Analysis Kinerja Produk Batik Batam Pelengkap Daya Tarik Wisata*. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 19-31.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115-118.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 218-225.

## **B. Website**

- Bioma. (2024). 9 Manfaat Menetapkan Harga yang Kompetitif pada Usaha Bisnis Anda. Diambil dari <https://bioma.id/artikel/9-manfaat-menetapkan-harga-yang-kompetitif-pada-usaha-bisnis-anda>

- UMA FISIPOL. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Diambil dari <https://ilmukomunikasi.umpemanfaatan-media-sosial-sebagai-media-promosia.ac.id/2021/12/24/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-media-promosi/>
- Utami, E. Sindy. (2023). Setting Perilaku Konsumen Melalui Promosi dan Iklan; Perspektif Manajemen Pemasaran. Diambil dari <https://www.iainpare.ac.id/blog/opini-5/setting-perilaku-konsumen-melalui-promosi-dan-iklan-perspektif-manajemen-pemasaran2164#:~:text=Melalui%20iklan%2C%20konsumen%20dapat%20melihat,hubungan%20antara%20merek%20dan%20konsumen.>
- Hidayati, F. Khairina. (2023). Strategi Penetapan Harga: Arti, Cara Menentukan, Manfaat, dan Jenis-Jenis. Diambil dari <https://glints.com/id/lowongan/strategi-penetapan-harga/>
- Kementerian Investasi/BPKM. (2021). Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>
- Kevramadhani. (2023). Inventory Produk : Pengertian, Tujuan, Fungsi dan Jenisnya. Diambil dari <https://www.prieds.com/post/inventory-produk-pengertian-tujuan-fungsi-dan-jenisnya#:~:text=Tujuan%20Inventory%20Produk&text=Adapun%20tujuan%20pengelolaan%20persediaan%20adalah,yang%20mengakibatkan%20terhentinya%20proses%20produksi.>
- Kumparan. (2024). Arti Repeat Order dan Tips Meningkatkan Loyalitas Konsumen. Diambil dari <https://kumparan.com/berita-hari-ini/arti-repeat-order-dan-tips-meningkatkan-loyalitas-konsumen-21u4IBBZhsl/full>
- Nuryanto, Hendrik. (2021). Produk: Atribut, Klasifikasi, dan Ciri-Ciri Produk yang Disukai Para Konsumen. Diambil dari <https://www.gramedia.com/literasi/produk/>
- Pamungkas. (2023). Ingin Penjualan Produk Meningkat? Yuk Kenali Dulu Tujuan dan Fungsi Diskon Berikut Ini. Diambil dari <https://kiriminaja.com/blog/tujuan-diskon>
- Pamungkas, Ajar. (2021). Pentingnya Menjaga Kualitas Produk bagi Bisnis. Diambil dari <https://majoo.id/solusi/detail/kualitas-produk>
- Pratama, Reza. (2023). Sales Mindset adalah Apa? Bagaimana Cara Memiliki Mindset Sales Sukses bagi Agen Asuransi?. Diambil dari

<https://www.goalaplus.com/media/bisnis-dan-strategi/agen/sales-mindset-adalah-apa/>

- SAB. (2022). Pentingnya Merek Bagi Perusahaan agar Bisa Berkembang. Diambil dari <https://www.sab.id/pentingnya-merek-bagi-perusahaan-agar-bisa-berkembang/>
- Sasana *Digital*. (2022). Kenali Fitur Produk & Benefit Produk dalam Sebuah Bisnis. Diambil dari <https://sasanadigilab.com/pengertian-fitur-dan-benefit-produk/>
- Selli. (2023). Pentingnya Desain Produk Untuk Bisnis, Ada 5 yang Harus Anda Tahu. Diambil dari <https://sci.telkomuniversity.ac.id/news/pentingnya-desain-produk-untuk-bisnis-ada-5-yang-harus-anda-tahu/>
- Skill Academy*. (2023). Menjadi Tenaga Penjual Komunikatif untuk Meningkatkan Penjualan. Diambil dari <https://skillacademy.com/p/menjadi-tenaga-penjual-komunikatif-untuk-meningkatkan-penjualan?courseType=SingleCourse>
- Toshinori, Wanda. (2021). Pentingnya Menjaga Kualitas Produk untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. Diambil dari <https://www.kompasiana.com/wandatoshinori/60ab24108ede487e540370a3/pentingnya-menjaga-kualitas-produk-untuk-meningkatkan-daya-tarik-konsumen>

### C. Buku

- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Surjono, W., Jusuf, E., Suryana, P. (2023). *STRATEGI UNTUK MERAHAIH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. Lekkas.
- Surjono, W., & Saepudin. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. Cipta Media Nusantara.