

Daftar Pustaka

- Amstrong, K. d. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- amstrong, K. d. (2010). *Principles of marketing*. new Jersey: Prentice-hall.
- Amstrong, K. d. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Asri, M. (1991). *Marketing Edisi Pertama*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Basu Swashta. (2005). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty.
- Muhammad Zaki Wahyudianto 1¹. (2020). Pengaruh Persepsi Hargadan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Butuh Baju.com. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. Vol 5. No4. Oktober 2020 311-319.
- Neti, Lin Magdalena. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produksi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pabrik Roti Dua Cakra. *Jurnal Fokus*. Vol 19. No.1, Maret 2021. Hal 77-85
- Melidia Nigrum. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal IQTISHADEquity*. Vol. 2, Th 2019. 23-35
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. Tangerang: BP Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran*. Loyalitas Konsumen: Alfabeta.
- Irawan, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty.
- kanuk, S. d. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakaeta: Erlangga.
- kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium jilid 2*. Jakarta: PT Prehalindo.
- Kurniawan. (2014). *Pembelajaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Cendikia Utama.
- M.Khoirul Anwar, Rini Rahayu Kurniawati, Dadang Krisdianto.(2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Vol. 2, Th 2019. Hal 23-35

- Ma'ruf Hidayat, Dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi harga dan promosi terhadap keputusan Pembelian Pada Pelanggan Al famart Di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Bandung. *Jurnal Values*. Vol.1 No. 4, Th 2020. 140-151.
- Candra Salea, Dkk. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Cepat Saji KFC Bahu Manado Pada Masa Covid-19. *Jurnal EMBA*. Vol. 9. No.4, Oktober 2021. Hal 1293-1302.
- pakpahan. (2009). *Volume Penjualan* . Jakarta: PT Bima Intitama Sejahtera.
- Stapleton, J. (2005). *Kamus Marketing*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pekanbaru: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*. yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran edisi ke III*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Ni Putu Sukmantari Dewi. (2017). Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 Pada PT Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karang Asem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol.9. No.1, Th 2017. 25-34.
- Ida Ayu Komang Sri Suastini¹, Kastawan Mandala². (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 8. No. 1, Th 2019. Hal 7044-7022.
- Aditya Melani Dkk. (2021). *Jurnal Mahasiswa Manajemen*. Vol.2. No.2, Agustus 2021. Hal 159-176.
- Betty Rahayu, dkk. (2021). Harga, Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal NiCma*. Hal 327-336.