

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H. R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press* (1st ed.). SUKA-Press.
- Aditia, F., & Suhaji. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju “ MINT ” Di Counter Java Mall Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 4(4), 1–24.
- Afif, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT. Singa Mas Pandaan. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 104. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.11>
- Amin, M. S., Widaningsih, S., & Wibowo, S. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Bisnis Jasa Bimbingan Belajar Privat Expert Course Bandung 2020). *EProceedings of Applied Science*, 7(4), 619–624.
- Angkouw, B. W., Lopian, J. S. L. H. V., & Loindong, S. S. R. (2021). Keputusan Pembelian Di PT. Bosowa Berlian Motor Manado Pada masa Pandemi Covid-19 Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1189–1200.
- Arischa, S. (2019). Analisis Beban Kerja Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau*, 6(Edisi 1 Januari-Juni 2019), 1–15. <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- Bayu, D. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 16(1), 1–6.
- Chabachib, M., & Abdurrahman, M. I. (2020). *Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi* (E. Fatmawati (ed.); 1st ed.). UPT Undip Press.
- Choiriyah, W. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa UNY Kampus Wates yang Menggunakan Kartu Internet Indosat). *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 47–57. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i2.2567>
- Cindy, A. B. (2017). Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survey Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 53(9), 5–7.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.

- Dewiani, Achmad, A. D., & Ananda, A. (2019). Pengaruh Kualitas Jaringan IndiHome Terhadap Customer Experience. *JTEV (Jurnal Teknik Elektro Dan Vokasional)*, 5(1.1), 67. <https://doi.org/10.24036/jtev.v5i1.1.106149>
- Dhewy, R. C. (2022). Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4575–4578. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.3224>
- Edwin, Z. (2018). Perilaku Konsumen Di Era Modern. In R. A. Kusumajaya (Ed.), *Edisi ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga* (Vol. 11, Issue 3). penerbit_ypat@stekom.ac.id%0ADistributor
- Engelka, L., & Kartika, L. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen WiFi Indihome di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Riset Manajemen & Bisnis*, 17, 103–114.
- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Bauran Pemasaran*, 3, 1–91.
- Femi, F. (2022). *Cibitung-Bekasi, Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baso Kemon Cabang*. Universitas Islam “45” Bekasi.
- Fuadi, S., Wijayanti, E., & Suyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada Pt.Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 144–157. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i2.30>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Cetakan 1, Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayat, M., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *Jurnal Manajemen*, 1(4), 67–78. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1229>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Cetakan Pe). Unitomo Press.
- Kadir, A., & Triwahyuni, T. C. (2013). *Pengantar Teknologi Informasi Edisi Revisi* (D. H (ed.)). Andi.
- Khairullah, R., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1125–1136. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5082>
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap

- Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>
- Lydia, H., & Mertayasa, I. G. A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Humaniora Univeristas Dhyana Pura Bali*. 13.
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Malay, M. N. (2022). Belajar Mudah & Praktis Analisis Data Stastistik dan JAPS. In Harakindo (Ed.), *CV. Madani Jaya* (2nd ed.). CV Madani Jaya.
- Melinda, J. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Belanja Online Bukalapak*. Universitas Islam “45” Bekasi.
- Muchlisin, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*, 7–28. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Muhson, A. (2018). Teknik Analisis Kuantitatif. *Teknik Analisis*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Murty, D., & Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600Ml Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nangoy, S., Mandey, S. L., & Kawet, L. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus di Matahari Departemen Store Manado Town Square)*. september 2016, 1–6.
- Nihayah, A. Z. (2019). Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0. *UIN Walisongo Semarang*, 1–37. <https://ebooks.com>
- Niland, N., Pearce, A. P., Naumann, D. N., O'Reilly, D., Series, P. B., Sataloff, R. T., Johns, M. M., Kost, K. M., Orsini, R. J., Medicine, T., Kalkman, J. P., Sataloff, R. T., Johns, M. M., Kost, K. M., Maiti, Bidinger, Assistance, H., Mitigate, T. O., Eroukhmanoff, C., & Licina, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Indosat Ooredoo. *Global Health*, 167(1), 1–5. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image

- Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Oktavianingsih, N. (2022). *Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Blok B Kopi*. Universitas Islam “45” Bekasi.
- Prasetio, R., & Laturette, K. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Chepito Tour&Travel. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 332–341.
- Pratiwi, V. D. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pemebelian Pada Butuk Dscarpashop. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Prawi, H. (2021). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Layanan Internet Indosat Ooredoo Di Kota Pontianak*. 10, 6.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). *Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel* (Cetakan Pe). CV. Adjie Media Nusantara.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In P.C. Ambarwati (Ed.), *Cv. Wade Group* (1st ed.). CV Wade Group.
- Puspitasari, D., Asir, M., & Rahmi, R. (2023). Efektivitas Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review Manajemen Pemasaran. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 90–95. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.6933>
- Raharjo, S. (2014). *Video Tutorial Uji Validitas dan Realibilitas SPSS Lengkap*. <https://youtu.be/ouSIm3mnFKs?si=Rjc2HBS-TM4oB1j->
- Rahendra, B., & Nuvriasari, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen First Media di Kota Tegal*.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee*. 21(3), 672–682.
- Sadya, S. (2023). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). KBM Indonesia.

- Sakinah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmen Milenial Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi [Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. In *Assets : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 11, Issue 2). <https://doi.org/10.24252/assets.v11i2.22901>
- Sari, T. M., Hinggo, H. T., & Hardilawati, W. L. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Studi Kasus Mahasiswa UMRI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 367–378. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/913%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/913/196>
- Sartika, S. N., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop. *Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>
- Septima, R. (2023). Buku Ajar Statistika. In Y. Tirtasari (Ed.), *Eureka Media Aksara* (1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Setiawan, B. (2017). *Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linear Berganda Dua Variabel Bebas*. 0–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gd73a>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sujani. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Belanja di Indomaret. *Majalah Ekonomi*, 22(2), 191–205. https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/1008
- Sukimin, Halimatussa'diah, & Indriastuty, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Di Kota Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 12(2), 194–204. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v12i2.162>
- Sutopo, A. L. D. N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Munawir Furniture Di Jepara. *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Syafira, B., & Sukmawati, N. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 33–54. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325/15048>
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In J. B. Maramis (Ed.), *Istana Agency*. CV. Istana Agency.

- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1–342.
- Usman, H., & Riyanto, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Lazada di Cikarang Selatan. *Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 53(9), 3. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15325/15048>
- Wahid, M. A. (2016). *Analisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek dan nilai pelanggan*. 1–19.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian* (S. Sudirman (ed.); 1st ed.). CV Science Techno Direct.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Deepublish.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.
- Yunita. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Lipstik Wardah pada Masyarakat Rawalumbu Kota Bekasi*. Universitas Islam “45” Bekasi.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. In *Mandala Press* (1st ed.). Mandala Press.