

DAFTAR PUSTAKA

- A. Budianto (2015). Bauran Promosi, Lingkungan Internal Individu, Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 68-75. <https://doi.org/10.56457/jimk.v3i1.18>.
- Anggreini, D. (2020). *Pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian obat herbal*.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). *PEMBELIAN BATIK KARAWANG DI RAMAYANA MALL , KARAWANG. April 2020*.
- Dewi, S.A., dan E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Proyektor Epson di Jakarta*.
- Hendryadi. (2019). *Metode Riset Kuantitatif, Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup.
- Hudatama, B. I., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). (*Studi pada Pelanggan Baru Indihome di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori*. 12(1), 1–10.
- Jayadiah, T., Rahmana, A. S., Mustaqim, Maddinsyah, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum di Lottemart Pasar Rebo Jakarta Timur*. 1(2), 1019–1027.
- Khaerani, R. A., Prihatini, A. E., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2020). *Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Traveloka*. IX(Iii), 310–317.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (PT. Index.).
- Maharani, V. (2018) *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data)*. 2nd edn.Malang: UIN MALIKI.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*, Bandung:Remaja Rosdakarya,
- Nilam A., P. R. K. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Konsumen yang menggunakan Produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia di Kabupaten Sumbawa)*.
- Poluakan, W. S. (2017). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixision (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna di Amurang)*. 5(2), 2313–2322.

- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.
- Rahmawati, D. dan Chan, S. (2022). *Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Kopi Janji Jiwa Citra 6 Kalideres)*. 2, 261–272.
- Rumondor, Tumbel, O. (2017). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*. 5(2), 1102–1112.
- Sampurno. (2011). *Peran Modal Insani, Kapabilitas Pembelajaran dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan Farmasi Indonesia*.
- Setyani, A. D., Prabowo, R. E. (2020). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS*. 978–979.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, D. G. (2021). *Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerk pada PT. Bernofarm*. 16(1), 57–67.
- Sumilat, S., Lapian, S. L. H. V. J., & Trang, D. C. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Pt . Hasjrat Abadi Yamaha Sam Ratulangi The Influence Of Product Quality , Price , And Promotion Toward Motorcycle Purchase Decision At Pt . Hasjrat Abadi Yamaha*. 10(2), 541–550.
- Taufiqurrohman, R. M., Lukiarti, M. M. (2023). *Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone*. 8(1), 32–40.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Vidianto, R., & Ugy Soebiantoro. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Im3 Prabayar By Indosat Di Kota Tuban, Jawa Timur. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 10(3), 188–197. <https://doi.org/10.20527/jwm.v10i3.209>