

## REFERENCES

- Ace, S. (2022). No Title הכי קשה לראות מה את שבאמת לנגד העיניים. *הארץ*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Andriana, A. D. (2017). Penentuan Jenis Promosi Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (Crm). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 239–246. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.563>
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Wareg Bengkulu. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/download/12/12>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Darwin, M. (2020). *Perbandingan Teori Disrupsi Pada Marketing Di Era*. 1(2), 25–39.
- Dewi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Bpjs Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 146. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4511>

- Diana, P. A., & Santoso, B. H. (2016). Pengaruh Perputaran Kas, Piutang, Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Semen Di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–18.  
file:///C:/Users/ASUS/Downloads/534-Article Text-1847-1-10-20191213.pdf
- Dzikril Hakim, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(November), 1–21.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.  
<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3–24. Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian PENDAHULUAN
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Halil, M., Widarko, A., & Khoirul, M. (2021). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Pada Ivan Cell Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Ivan Cell Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(10), 115–128. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.  
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Janah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pad Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April), 20 halaman.

- Jessica, A. (2019). *Thesis Analysis of the Effects of Store Environment on Positive Affect and Urge To Buy in Shaping Impulse Buying of Customers At Miniso Tunjungan Plaza Surabaya Program Studi Manajemen.*
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–24.*
- Nurgiyantoro. (2002). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 1–11.*
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.*
- Nurwati, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Enemy , Adel the Voice, Dan Branding Jhon Army Di Kota Bandung. *Universitas Pasundan Bandung, 17–46.*
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADequity, 1(2), 36–46.*
- Sangkot Salamah. (2017). Strategi Digital Marketing PT Wahana Mitra Wisata (Wahana Haji dan Umrah). *Skripsi.*
- Saputra, M. D. R., & Asyik, N. F. (2017). *PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP TAX AVOIDANCE Nur Fadjrih Asyik Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 6, 1–19.*
- Selawati, D., & Rosa, T. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rumah Di Atami Residence Jatiranggon. *Ikhraith-Humaniora, 1(2), 10.*
- Shukla, S. (2020). Concept of Population and Sample. *How to Write a Research Paper, June, 1–6.*

[https://www.researchgate.net/publication/346426707\\_CONCEPT\\_OF\\_POPULATION\\_AND\\_SAMPLE](https://www.researchgate.net/publication/346426707_CONCEPT_OF_POPULATION_AND_SAMPLE)

Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30.  
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4738>

Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88.  
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>

Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.

Wijaya, A. N., & Indahingwati, A. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , PROMOSI DAN KREDIBILITAS penetapan harga , promosi , serta penyaluran gagasan , barang , dan jasa untuk menciptakan*. 6.