

## REFERENCE

- Ati, Ubat, P. S., Islamudin, & Sari., M. F. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron.*
- Bergin, T. (2018). An Introduction to Data Analysis: Quantitative, Qualitative and Mixed Methods. New York: SAGE Publication.*
- Creswell, J. W. (2017). Research Design: Quantitative, Qualitative and Mixed Methods Approaches. California: SAGE Publication.*
- F., L. (2019). raktis Memahami Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok .*
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Humble, S. (2020). Quantitative Analysis of Questionnaires: Techniques to Explore Structures and Relationships. Oxfordshire: Routledge.*
- Juhaeri. (2020). Effect of Promotion and Price on Customers' Purchase Interests at PT Sumber Cipta Multiniaga, South Jakarta Branch. Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik, Vol. 10, No. 1, 37.*
- Kelwig, D. (2021). Sales promotion: Definition, examples, ideas, and types. Zendesk Blog. Retrieved from: <https://www.zendesk.com/blog/sales-promotion/>*
- Kumala, Firza, O. ., Moch, & Anwar., K. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia*

*Investama.*

*Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th Edition). New Jersey: Pearson Education, Inc. .*

*Lupiyodi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.*

*Masbullah, & Bahri., S. Y. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kerajinan TenunGedongan Di Desa Pringgasela Selatan Lombok Timur . Studi Kasus Pada Kelompok Nine Penenun (KNP) Desa Pringgasela S.*

*Muljono, R. K. (2018.). Digital Marketing Concept. Gramedia Pustaka Utama.*

*McLeod, S. (2021). What is a hypothesis?. SimplyPsychology. Retrieved from:*

*<https://www.simplypsychology.org/what-is-a-hypotheses.html>*

*Millwood, A. (2021). Understanding the Consumer Decision Making Process.*

*Yotpo. Retrieved from: <https://www.yotpo.com/resources/consumer-decision-making-process-ugc/>*

*Nathania, R. (2021). Sales Promotion: Definisi, Tujuan, dan Contohnya. Glints.*

*Retrieved from: <https://glints.com/id/lowongan/sales-promotion-definisi-tujuan-dan-contohnya/#.YgUCDy0RqqA>*

*Nasution, A. E. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, , 194–199.*

*Nurani, M. (2020). THE INFLUENCE OF PRODUCT PROMOTION, PRICE ANDQUALITY TOWARDS DECISIONS TO BUY WULING CARS IN*

*DEALER*

*WULING BEKASI SUMMARECON. Journal of STEI Economics, Vol. XX,*

*No. XX, 6-7.*

[http://repository.stei.ac.id/1768/2/JurnalSTEI\\_21150000068\\_2019.Ingggris](http://repository.stei.ac.id/1768/2/JurnalSTEI_21150000068_2019.Ingggris)

[.pdf](#)

*Riska, & P., R. D. (2020). pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya).*

*Sukanto, A, Kusumawati, A, & Abdillah, Y. (2019). THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND SALES PROMOTION TOWARD CONSUMERS PURCHASE DECISION. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 74, No. 1. 68.*

*Sakinah, S. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang). Universtias Muhammadiyah Magelang. Retrieved*

*from:*

[http://eprintslib.umngl.ac.id/959/1/15.0101.0101\\_BAB%20I\\_BAB%20II](http://eprintslib.umngl.ac.id/959/1/15.0101.0101_BAB%20I_BAB%20II)

[BAB%20III\\_BAB%20V\\_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](#)

*Santoso, Z. (2016). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Le Fluffy Dessert. Surabaya: Universitas Ciputra. .*

*Supriyanto, Ronal, Melvin. (2021). Effect of Price and Promotion on CarPurchase Decisions at PT Encar Daihatsu Lubuklinggau. International Journal ofCommunity Service &Engagement, Vol. 2, No. 1. 42.*

- Wahyuni, R., & Widaningsih, S. (2017). *Pengaruh Promosi Personal Selling dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Astra Credit Companies (ACC) Bandung. Jurnal Manajemen Pemasaran,, Vol. 3 No. 3, 1122-1128.*
- Yusda, D. (2019). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOUSE OF SHOPAHOLIC DI BANDAR LAMPUNG. Jurnal TECHNOBIZ Vol. 3, No. 3, 019, 17.*
- Yusra, I., & nanda, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'poll Di Kota Padang.*
- Yusuf, A & Sunarsi, D. (2020). *THE EFFECT OF PROMOTION AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS. Almanca: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 4, No. 2/ Agustus 2020. 272-273.*  
<http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/1410/905>
- Zainab, S. (2018). *THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND LOCATION TOWARD CUSTOMER DECISION TO STAY AT BOSSOTEL CHIANGMAI THAILAND. Rajamangala University of Technology Thanyaburi. Retrieved from 5 February 2022:*  
<http://eprints.ubhara.ac.id/57/1/Thesis%20Siti%20The%20Influence%20of%20Price%2C%20Promotion%2C%20And.pdf>
- Zainullah, V.(2019).*PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KOPLAKAN. PERFORMA:*