

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, A., & Anggraini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2 (4), 224-231.
<http://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/view/174>
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R.R. (n.d.). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes*. 2(2),204-219.1
<http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/154>
- Biantoro, R., Manajemen, F., & Ciputra, U. (2021). *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR*. 6 (April). *Jurnal Performa*.
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1911>
- Faisal, M. R., & Sukma, R. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Di Warung Sembako Toko Rudi Depok*. *Panorama Nusantara*, 17(1), 1–15.
<http://ejournal.stein.ac.id/index.php/panorama>.
- Hartini, S., & Sari, DR (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2 (1). 31-41.
<https://bisnisan.nusaputra.ac.id/article/view/15>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54-70.
<https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms/article/1827/1318>
- Hidayat, MS (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi di Kota Gresik. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Star-up Bisnis* 6, no.4 (2021): 360-369
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/2558>
- Iranita, I. (2020). Peranan Faktor Promosi Dalam Memasarkan Produk Terhadap Perilaku Pembelian Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kota Tanjungpinang). *Bahtera Inovasi*, 4(1), 25-35.
<https://ojs.umrah.ac.id/index.php/bahterainovasi/article/view/2756>

- Kasus, S., Rumah, P., Wajan, M., & Kudus, M. A. S (2017). Pengaruh Kepuasan, Penilaian Pelanggan dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Shopee *Diponegoro Journal of Social and Political Science* Tahun 2017, Hal 1-8.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/5355>
- Ningsih, S. N. W. (2021). *Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Titip Platform Instagram Di Jakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Sunan Ampel.
<http://digilib.uinsby.ac.id/50482>
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). *Pengaruh Physical Evidence, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada*. 1(1), 10-18.
<https://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/ASSAID/article/view/7>
- Rizaldo, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Aisyah Brownies Batam* (Disertai Doktor, Prodi Manajemen).
<http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1841>
- Sari, D. R., & Hartini, S. (n.d.). *Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea)*. 2(1), 31-42.
<https://bisnisman.nusaputra.ac.id/article/view/15>
- Setiawan, W., & Rini, YP (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Trikalindo Kharisma. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2 (1), 982-990.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1408>
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 5, no. 1 (2018): 1-15.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/17185/0>
- Sunarsi, D. (2021). *Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda*. 1.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (2nd Ed.). Bandung: ALFABETA.
- Syahputra, A. (2017). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Keripik Cabe Ibu Jumi Di Kelurahan Pangkalan Sesai Kota Dumai. *Tamaddun Ummah* (JTU) , 2 (2), 1-14.
<http://www.ejournal.iaitfdumai.ac.id/index.php/tam/article/view/227>

Tirtayana, S., Lubis, A. P., & Khair, H, (2021). Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen, 5(1), 67-86. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*
<http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>

Triana, D., & Hidayat, R. (2023). *Analisis Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Antara Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Xiaomi di Yogyakarta)*. *Jurnal Economina*, 2(2), 1–16.

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/338>

