

DAFTAR PUSTAKA

- A, Widodo, dan Purnama, S. "Mengutamakan Kebutuhan Konsumen Dalam Strategi Promosi: Pendekatan Yang Relevan Dalam Pemasaran Digital." *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, vol. 15, no. 3 (2020).
- Abdul, Muttalib, Mukhlisa, and Uni Sulfiana. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin." *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi dan Bisnis* 14, no. 1 (2018).
- Akbar, Shofif Sobaruddin, and Mochamad Fadjar Darmaputra. "Pengaruh Periklanan, Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Available* 10 (2022).
- Amalia, Ivana Khoiru Amalia. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal)." *Jurnal Ekonomi*, vol. 3, no. 1 (2020).
- Andrianto, Hendra Noky. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang." *Skripsi*. Manajemen dan Universitas Diponegoro Semarang. 2013.
- Anggraeni, Faridha. "Pengaruh Promosi, Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermarket PTC Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 7 (2016)
- Arif Zunaidi, Hendik Setiawan, Arif Zunaidi, and Arif Zunaidi. "Peran Marketing Public Relations Dalam Merawat Dan Mempertahankan Loyalitas Donatur Infaq." *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2021).
- Basith, Abdul, and Faris Fadhilah. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada McDonald's Di Jatiasih Bekasi." *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 9, no. 3 (2019):.
- Cay, Sam, and Jeni Irnawati. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Di Tangerang Selatan)." *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4, no. 2 (December 26, 2020).
- Ekonomi, Fakultas, Universitas Garut, and Nia Sonani. "Jurnal Wacana Ekonomi Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan" (n.d.).
- Fatmawatie, Naning, Nilna Fauza, and Sri Anugerah Natalina. "Marketing Strategy of Shrimp Crackers Reviewed From Sharia Marketing". *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, vol.11, no. 2 (2022).

- Finnah, Fourqoniah, and Fikry Muhammad. *Buku Pengantar Periklanan*. Lakeisha, 2020.
- Fristiana, Dessy Amelia. “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, (2012).
- Garaika dan Winda Feriyan,.“Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, vol. 16, no. 1 (2018).
- Haninda, R N, A Mahsun, and ... “Analisis Strategi Pemasaran Mobil Merk Daihatsu Siga Pada PT. Armada International Motor Surabaya.” *Yos Soedarso Economic ...* 3, no. 2 (2021): 49–60. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/275%0Ahttps://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/download/275/254>.
- Hendrik, Hendrik. “Pengaruh Penjualan Perseorangan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt Calispo Multi Utama Medan.” *Jurnal Bisnis Corporate* 5, no. 2 (2020).
- Hidayat, Arif Firmansyah dan Nindria Untarini. “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Confero di Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Wahana*, vol. 9, no. 23 (2023).
- Kerlinger, Fred N. dan Howard B. Lee. *Foundations of Behavioral Research*. California: Harcourt College. 2000.
- Kumbara, Vicky Brama. “Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 2, no. 5 (2021).
- Laoli, Yaniria dan Samsurijal Hasan. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Prmosi, Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang.” *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, vol. 2, no. 1 (2020).
- Lubis, Listiya Andana, Sri Ramadhani, and Wahyu Syarvina. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pasca Covid-19 (Studi Kasus Pada Dealer Mobil Honda Arista Thamrin Medan).” *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)* e-ISSN 3, no. 2 (2023).
- Lutfi, Asep Muhammad dan Nardi Sunardi. “Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Equity (Roe), dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman

- Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia).” *Jurnal Sekuritas*, vol. 2, no. 3 (2019).
- Magdalena, Maria, and Nersi Ulan Sari. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Di Kota Padang.” *Jurnal Pundi* 3, no. 2 (2020).
- Mardiana, Dian dan Rosdiana Sijabat. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.” *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, vol. 6, no. 1 (2022).
- Marlius, Doni. “Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang.” *Jurnal Pundi*, vol. 01, no. 01 (2017).
- Martowinangun, Kasino, Devita Juniati Sri Lestari, dan Karyadi. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung”. *Co Management*, vol. 1, no. 1 (2019).
- Melisa, Yuda. “Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh.” *Jurnal Manajemen*, vol. 1, no. 1 (2012).
- Naning, Fatmawatie. “Digital Marketing Strategy To Increase Sales Turnover During The Covid-19 Pandemic.” *Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)*, vol. 8, no. 1 (2024).
- Natalina, SriAnugrah , Arif Zunaidi, Fani Ma’sumatul Maghfiroh, dan I’anatun Nisa. “Integration Of Halal Product Certification And Green Marketing As A Survival Strategy For Msme’s In Indonesia”. ICCEIS, (2023).
- Oktavania, Widita Putri. “Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia.” *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2019).
- Pakpahan, Andrew Fernando, dkk. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. (Medan : Yayasan Kita Menulis. 2021).
- Pesa Nugraha, Putu. “Keunikan Model Marketing Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital.” *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2, no. 10 (2023).
- Prayustika, Putu Adriani. “Kajian Literatur : manakah yang lebih efektif? Traditional Word Of Mouth Atau Electronic Word Of Mouth.” *Jurnal Matrix*, vol. 6, no. 3 (2016).
- Produk, Pengaruh, Saluran Distribusi, and D A N Promosi. “Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya” 4, no. September (2015).

Promotion, Sales, and Purchase Decision. “TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AGYA” (2018).

Pujangkoro, Sugih Arto. “Prilaku Konsumen Setelah Pembelian,” no. 1977 (2003).

Rafa, Muhammad. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Miniso Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* (2019): 1–129.
http://eprints.uny.ac.id/65419/1/MuhammadRafaSubhannallah_15808144002.pdf.

Ulfa, Arma Yulia, Musfiana, dan Sakdiyah. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Kue Pala Pada UD. Melda Di Desa Batu Itam Kecamatan Tapaktuan Kabupaten Aceh Selatan.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*, vol. 6, no. 2 (2024).

Ussolikhah, Annisa, Suadi Sapta Putra, Kumba Digdowniseiso, and Universitas Nasional. “The Influence of Product Quality, Price Perceptions and Sales Promotion on Purchasing Decisions for Suzuki Karimun Wagon r Cars at Pt. Citra Asri Buana Nanggewer Bogor Branch” 6 (2023).

Wibowo, Pandu Setio. “Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia Di Era Pandemic Covid-19 dan Kenormalan Baru.” *Jurnal Komunikasi Profesional*, vol. 5, no. 1 (2021).

Yunita, Linda Desma dan Tri Handayani. “Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah).” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, vol. 4, no. 1 (2018).

Zunaidi, Arif, and Risa Rahmah. “Penerapan Strategi Pemasaran Wisata Kolam Pancing ‘Cak Rul Fishing’ Dalam Perspektif Marketing 4.0.” *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 1, no. 2 (2021).

Zunaidi, Arif, and Vickersia Trisnasari. “Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah IB Ditinjau Dari Marketing Mix 4P (Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang).” *Muamalatuna* 13, no. 2 (2021).