

DAFTAR PUSTAKA

- Alfadilah, R. dan Budiono, A. (2025) “The Impact of Product Quality, Price Perception, and Promotion on Consumer Purchase Decision at Esperto,” *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 6(03), hal. 213–226. Tersedia pada: <https://doi.org/10.58471/jecombi.v6i03.122>.
- Alyani, N. dan Charitas, K.M. (2025) “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktokshop (Studi Kasus Pada Gen Z di Palembang),” 2(January), hal. 46–57.
- Aripin dan Sumarsid (2019) *Metologi Penelitian*. CV. AA Rizky.
- Budiwati, T. *et al.* (2010) “Unsur-Unsur Kimia Air Hujan di Bandung,” 7(2), hal. 100–112.
- Cahyadi (2022) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang Cahyadi,” *Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1.
- Chandra, T. (2019) “Kurs : Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan dan Bisnis,” 4(1).
- Daga, R. (2018) *Kepuasan Pelanggan*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Diven, D. dan Khoiri, M. (2023) “Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Konsumen Terhadap keputusan Pembelian di Shopee,” *Jesya*, 6(2), hal. 1509–1516. Tersedia pada: <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1063>.
- Djuuna, M., Sayidah, N. dan Ady, S.U. (2024) “Analysis of The Influence of Website Quality, Sales Promotions, and Prices on Purchase Decisions Through Consumer Trust on Jagoujian.com,” *Quantitative Economics and Management Studies*, 5(1), hal. 153–161. Tersedia pada: <https://doi.org/10.35877/454ri.qems2358>.
- Febriani, R. (2025) “Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Organizational Citizenship Behavior pada PT . Pos Indonesia Kota Padang.”
- Fiviana, K.B. dan Supardi (2025) “Table Of Content Indonesian Journal of Law and Economics Review,” 20(4), hal. 1–13. Tersedia pada: <https://doi.org/10.21070/ijler.v20i1.1417>.
- Hidayat, B. dan Tjiptodjojo, K.I. (2025) “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian,” *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), hal. 559–564. Tersedia pada: <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.6643>.

- Indra, C. *et al.* (2022) *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Izwana, R. *et al.* (2024) “Pengaruh Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Konsumen,” 8, hal. 24102–24110.
- Jakaria, Jaja dan Fitriani, L.K. (2023) “Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variable Moderasi (Survey Pada Konsumen CS Used Cab Cirebon),” *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4. Tersedia pada:
<http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur%0Ahttps://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3695875>.
- Juwita, D. dan Maria, A.D. (2025) “Kualitas Produk Sebagai Faktor Kunci Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan,” 19(1978), hal. 5653–5660.
- Karlina, E. (2023) “The Effect of Perceived Price and Service Quality on Customer Satisfaction,” *Miceb, Medan International Conference Economics and Business*, 1(January), hal. 430–440. Tersedia pada:
<https://proceeding.umsu.ac.id/index.php/Miceb/article/view/148>.
- Kartono (2013) “Disiplin Pegawai Negeri Sipil Dalam Pelayanan Publik.”
- Kasmiati, *et al* (2021) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Osteokom Pada PT.LAPI LABORATORIES*.
- Khoirun, N. (2016) “Pengaruh Pendekatan Pembelajaran Open-Ended dan RME Terhadap Hasil Belajar Matematika Materi Statistika Siswa Kelas XII.”
- Kulsum, S.A. dan Sidiq, S. (2025) “Pengaruh harga, kualitas informasi, diskon, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee,” *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 4(1), hal. 11–20. Tersedia pada: <https://doi.org/10.20885/jkek.vol4.iss1.art2>.
- Lahindo, R.C., Sendow, G.M. dan Uhing, Y. (2021) “PENGARUH BEBANKERJA, ORGANIZATION CITIZENSHIP BEHAVIOR DAN KETERLIBATAN KERJA PEGAWAI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR KESYAHBANDARAN DAN OTORITAS PELABUHAN BITUNG EFFECT OF WORKLOAD , ORGANIZATION CITIZENSHIP BEHAVIOR AND EMPLOYEE INVOLVEMENT ON THE PERFO,” 9(4), hal. 1218–1228.
- Launtu, A. (2021) “The Effect of Price and Product Quality on Online Purchasing Decisions: Empirical Study in Lazada,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), hal. 123–132. Tersedia pada: <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i1.238>.
- Lestari, R., Astaginy, N. dan Stiadi, M. (2023) “Online Promotion And Perceived Quality On Consumer Purchasing Decisions,” *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(4), hal. 41–53. Tersedia pada:

<https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i4.530>.

- Lestari, S.P., Unsurya, D.M. dan Pusat, J. (2023) “Pengaruh Pengalaman Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Operasional,” *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13, hal. 83–91.
- Maharani, P.S. dan Wiyadi (2024) “Promotion : Their Influence on Consumer Purchase Decisions,” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(2), hal. 2731–2749.
- Maulana, R.A. dan Aryati, A.S. (2024) “Pengaruh Kompensasi dan Work-Life Balance Terhadap Perilaku Etis Pegawai,” 3(3), hal. 852–863.
- Mudjiyono *et al.* (2019) “Jurnal Bingkai Ekonomi,” *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 5(2), hal. 1–8.
- Nugroho, W. dan Bayunitri, B.I. (2021) “Pengaruh Audit Internal Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada PT Pos Indonesia (Persero)),” *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 7(1), hal. 1901–1918.
- Panguriseng, A.A. dan Nur, I. (2022) “Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), hal. 55–66.
- Rahmad Efendy *et al.* (2025) “Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan dan Iklan Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak,” *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 3(5), hal. 215–225. Tersedia pada: <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i5.2082>.
- Ramadhani, A.S. dan Wakhidah, E.N. (2022) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Customer di Check In Counter Bandara Tebelian Sintang,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 20(2), hal. 289–300.
- Ramadhani, F.B. (2024) “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi,” *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), hal. 01–15. Tersedia pada: <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3465>.
- Ratnaningtyas, E.M. *et al.* (2021) *Metologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zain.
- Rosali, E.S. *et al.* (2020) *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*. Ideas Publishing.
- Sanaky, M.M., Moh Saleh, L. dan D. Titaley, H. (2021) “Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah,” *Jurnal Simetrik*, 11(1), hal. 432–439.
- Saragih, L. *et al.* (2022) *Strategi Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

- Satriadi *et al.* (2021) *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sudirman *et al.* (2020) *Metodologi Penelitian 1*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Taufik, E.. (2021) *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Media Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI) Jalan.
- Tirtayasa, S., Lubis, A.P. dan Khair, H. (2021) “Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen,” 5(1), hal. 67–86.
- Trisnawati, Y. (2019) “Pengaruh Bauran Promosi , Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja Dan Peran Orang Tua Terhadap Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Peduli Remaja (PKPR) JURNAL EKONOMIKA45,” *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, EKONOMI BISNIS, KEWIRAUSAHAAN*, 6(2).
- Yoebrilianti, A. dan Duggari, A.O. (2024) “Pengaruh Promosi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Marketplace Indonesia,” *Manajemen Unsera*, (2), hal. 28–42.
- Zusrony, E. (2019) *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.